

TOURISMUS NACHRICHTEN

IHK-N-TOURISMUSNACHRICHTEN

SOMMER 2021

Interview

**LÜNEBURGER
KULTURSOMMER**

Zahlen und Fakten

**KLIMAINDEX AUF
DEM TIEFSTAND**

Ausbildung

**KAMPAGNE
MOIN FUTURE**

**LEBENSWERT.
LIEBENSWERT.
SPIEKEROOG.**

**Die Nordseeinsel
Spiekeroog stellt sich vor.**



IHK Niedersachsen
Landesarbeitsgemeinschaft

Inhalt

Sommer
2021

AKTUELL

AB SEITE 4

- 5 **TOURISMUSTAG NIEDERSACHSEN**
Save the Date!
- 5 **TOURISMUSPARLAMENT**
Im Gespräch mit der Politik
- 6 **NACHGEFRAGT**
Lüneburger Kultursommer



- 7 **MOIN FUTURE**
Kampagne wirbt für Ausbildung
- 8 **DEUTSCHER TOURISMUSPREIS**
Richtungsweisende Ideen gesucht
- 9 **TELLERRAND**

ZAHLEN & FAKTEN

SEITE 10

- 10 **SAISONUMFRAGE**
Klimaindex auf Tiefstand

NEUES VON DER TMN

SEITE 12

- 12 **KAMPAGNE**
Fühl die Weite
- 12 **PROJEKT**
Klimawandel anpacken

Q-NEWS

SEITE 13

13 SEMINARE UND TERMINE

RUNDREISE

AB SEITE 14

- 14 **LEBENSWERT. LIEBENSWERT. SPIEKEROOG.**
Nachhaltig zwischen den Gezeiten



IHR GUTES RECHT

SEITE 17

17 REISESICHERUNGSFONDS

IHKM 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



Eine neue Zeitrechnung – die Zeit „nach Corona“



Meike Zumbrock
Geschäftsführerin
TourismusMarketing
Niedersachsen GmbH

www.ihk-n.de/tourismusanmeldungen

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

Nie zuvor in der Geschichte des niedersächsischen Tourismus gab es einen auch nur im Ansatz vergleichbaren Einbruch der Gäste- und Übernachtungszahlen wie im letzten Jahr und in der ersten Hälfte dieses Jahres. Hinter jeder dieser Zahlen stecken sehr berührende Einzelschicksale von Vermieterinnen und Hoteliers, Gastronomen, Destinationen, Gästeführerinnen und noch so vielen anderen mehr.

Wie schnell sich der Tourismus in Niedersachsen erholen wird, ist kaum zu beantworten. Wir können jedoch optimistisch sein, dass Niedersachsen mit seinem attraktiven Tourismusangebot gut für die Zeit nach der Pandemie aufgestellt ist.

Es gibt Themen, die für einen Neuanfang stehen, die wir als TMN gemeinsam mit Ihnen angehen möchten.

Vor allem wird der Tourismus künftig nachhaltiger und digitaler sein. Der Niedersachsen Hub ist daher konstanter Begleiter bei der Umsetzung einer landesweiten offenen Datenbank, die den touristischen Content der Regionen und Städte bündelt und offen bereitstellt (Stichwort Open Data). Die TMN begleitet das Projekt federführend für Niedersachsen.

Niedersachsen hat im April als erstes Bundesland das flächendeckende Projekt zu den Auswirkungen des Klimawandels auf den Tourismus unter dem Titel „Klimawandel anpacken – Anpassungsstrategien für den Tourismus in Niedersachsen“ veröffentlicht. Da sich schon jetzt klimabedingte Veränderungen in Deutschland bemerkbar machen, ist es Ziel dieses Projekts, die niedersächsische Reisebranche für die daraus resultierenden Herausforderungen fit zu machen. Wir erklären Ihnen, wo Sie relevante Informationen zum Klima in Niedersachsen finden, wieso regionale Unterschiede beim Klima so relevant

sind und welche Schritte notwendig sind, um sich strategisch auf den Klimawandel in Ihrer Region vorzubereiten.

Auch wird das Thema Nachhaltigkeit als wichtige Querschnittsaufgabe für alle Arbeitsbereiche der TMN wahrgenommen. So soll die Zukunftsfähigkeit des niedersächsischen Tourismus sichergestellt werden. Mit Beratung und Wissensvermittlung begleitet die TMN die niedersächsischen Regionen, Orte und Leistungsträger auf dem Weg in eine leistungsfähige Zukunft.

Mit unserer neuen Marketing-Kampagne für das Reiseland, die just im Juni gestartet ist, werben wir on- und offline für die Destinationen und Themen in Niedersachsen.

Wir geben dem Reiseland erstmals einen eigenen Absender, um das Reiseland mit allen Destinationen zu stärken. Mit dem Absender-Claim „Niedersachsen – Fühl die Weite“ vereinen wir 15 Reiseregionen und stellen mit Print, Bewegtbild und zahlreichen Online-Aktivitäten authentische Naturerlebnisse in den Fokus. Ein Label für ein ganzes Bundesland.

Der „neue“ Anfang ist gemacht. Wir schauen positiv auf die künftigen Entwicklungen und stehen Ihnen als zuverlässiger Partner zur Seite.

Ihre
Meike Zumbrock

Geschäftsführerin
TourismusMarketing Niedersachsen GmbH (TMN)



Tourismustag Niedersachsen

AM 25. UND 26. NOVEMBER 2021

Tourismus nach Corona – die Corona-Zeit hat neue Trends mit sich gebracht und andere verstärkt. Urlaub im eigenen Land, die Sehnsucht nach Natur und Weite sind nur einige Beispiele. Auch das Thema Klimawandel und Nachhaltigkeit gewinnt für viele Betriebe ebenso wie für die Gäste immer mehr an Bedeutung. Welche Trends bleiben auch nach Corona und welche Chancen bietet die Krise auch für die Branche? Die IHK Niedersachsen lädt am 25. und 26. November 2021 zum 19. Tourismustag Niedersachsen nach Goslar ein, um diese Fragen zu diskutieren.

Neben fachlichem Input zu wichtigen Tourismus-Themen erwartete die Teilnehmer aus der Hotel- und Gaststättenbranche, Politik, Verwaltung und den niedersächsischen Tourismusorganisationen auch ausreichend Gelegenheit, sich untereinander und mit Vertretern aus der Politik zu aktuellen Entwicklungen auszutauschen. Seien Sie dabei und merken Sie sich den Termin schon einmal vor!

Sollte eine Präsenzveranstaltung zu dem Zeitpunkt nicht möglich sein, wird der Tourismustag Niedersachsen erstmalig digital stattfinden.



TOURISMUSTAG
NIEDERSACHSEN

25.+26.11.
IN GOSLAR

Weitere Informationen folgen in Kürze unter
www.tourismustag-niedersachsen.de

POLITIK MUSS PERSPEKTIVEN SCHAFFEN

Im Frühjahr hat die IHK Niedersachsen die für Tourismus zuständigen Abgeordneten der vier Landtagsfraktionen zum „Tourismusparlament“ eingeladen. Zu der Veranstaltung, die in diesem Jahr im Online-Format durchgeführt wurde, konnte die IHK Niedersachsen neben den Abgeordneten 85 Teilnehmerinnen und Teilnehmer aus dem Gastgewerbe und der Tourismusbranche begrüßen. In der Diskussion wurde deutlich, wie angespannt die Situation im Tourismus ist. Nach großen Ausfällen im letzten Jahr unterliegt die Branche seit Anfang November einem weiteren Lock-down – ohne irgendeine Öffnungsperspektive. Nachdem nun auch eine weitere Ostersaison im Tourismus nicht stattfinden werde, gehe die Auszehrung vieler Betriebe in eine neue Qualität. Bernard Sieger (Gasthof Sieger Thüle, Friesoythe) forderte bei der Veranstaltung von der Politik „endlich einen belastbaren Öffnungsplan für die Branche zu entwickeln.“ Ansonsten würde in den nächsten Wochen viele Betriebe schließen müssen. „Hotels und Gaststätten haben bisher schon in einem besonderen Maße unter den Corona-Einschränkungen gelitten. Wir brauchen jetzt eine Öffnungsperspektive“, sagte der tourismuspolitische Sprecher der IHK Niedersachsen, Arno Ulrichs.

Die Abgeordneten Sabine Tippelt (SPD), Axel Miesner (CDU), Eva Viehoff (Grüne) und Jörg Bode (FDP) sagten den Branchenvertretern Unterstützung zu. Die IHK Niedersachsen will den Dialog



mit der Politik über das Tourismusparlament hinaus weiter führen. „Der gute Verlauf der Sommersaison im letzten Jahr hat viele Betriebe noch gerettet. Wenn wir in diesem Jahr nicht bald Klarheit und Planbarkeit für die Branche bekommen, ist nach der Ostersaison dann auch die Sommersaison stark gefährdet“, fasste Arno Ulrichs die Situation zusammen. Damit wären die touristischen Strukturen auf breiter Front in Gefahr.

Weitere Informationen und ein Zusammenschnitt der Veranstaltung finden Sie hier: <https://www.ihk-emen.de/recht/tourismus/aktuell/ihkn-tourismusparlament-2021-5085346>

NACHGEFRAGT



Max Giesler
Produktions- & Veranstaltungsleitung
Campus Management GmbH
www.campuslueneburg.de

Flexibel bleiben

Im Corona-Sommer 2020 fand in Lüneburg der Kultursommer statt. Mit Hygienekonzept und Auflagen konnten Gäste Konzerte und Kulturveranstaltungen erleben. Ein Konzept, das auch für diesen Sommer geplant ist. Tourismusnachrichten hat bei Max Giesler, Leiter Veranstaltungen bei der Campus Management GmbH einmal nachgefragt, was es damit auf sich hat.

Tourismusnachrichten: Herr Giesler, wer oder was ist der Campus Lüneburg, der den Kultursommer organisiert?

Max Giesler: Seit der Gründung des Campus Lüneburg, 1993 zunächst als eingetragener Verein, ist das Unternehmen stetig gewachsen und hat regelmäßig neue Geschäftsfelder erschlossen. Die 2016 gegründete Stiftung arbeitet an vielfältigen Projekten, die die Lebensqualität in Lüneburg und Umgebung langfristig verbessern. Dabei stehen das umweltbewusste und nachhaltige Leben in den Vordergrund.

Tourismusnachrichten: Den Lüneburger Kultursommer gab es im letzten Jahr schon. Wie ist er entstanden, wie sieht das Konzept aus?

Max Giesler: Wir haben aus der Not eine Tugend gemacht! Die Corona-Pandemie sorgt für leere Auftragsbücher, Künstlern und Künstlerinnen wird ihre berufliche Grundlage genommen und viele Unternehmen stehen vor dem wirtschaftlichen Aus. Die Ausgangssituation um ein neues Festival ins Leben zu rufen war denkbar schlecht. Doch nichts tun ist auch keine Option! Zusammen mit einem anderen Unternehmen wagten wir im Sommer 2020 die Flucht nach vorne. Unter strenger Einhaltung eines ausgereiften Hygiene- und Sicherheitskonzepts wurden „Corona-konforme“ Konzerte, Comedy-Shows, Theater- und Kinovorstellungen veranstaltet. Das Gelände wurde im letzten Jahr in vier, strikt voneinander getrennte Bereiche eingeteilt. Jeder dieser Bereiche verfügte über einen separaten Ein- und Ausgang, über zahlreiche Handwasch- und Desinfektionsstationen sowie über eigene Food- und Getränkestände. All diese Maßnahmen sorgten so für die nötige Kontaktreduzierung und ermöglichten das sichere Durchführen von solch einem Event.

Tourismusnachrichten: Was ändert sich in diesem Jahr?

Max Giesler: Nach unserem erfolgreichen Auftakt, hat sich unser Konzept in der Szene schnell herumgesprochen. Die Künstler vor Ort waren begeistert. Statt für Autos oder Livestream-Kameras, konnte man bei uns endlich mal wieder für und vor allem vor Menschen spielen. Aus diesem Grund ist die größte Veränderung unser großartiges Line-up. Wir können in diesem Jahr teilweise weltbekannte Stars wie Milow, Clueso, Annett Louisan oder Bosse präsentieren. Darauf sind wir tatsächlich auch etwas stolz. Aber nicht nur das Line-up wird größer, auch das Gelände, die Bühne und die Größe der Bereiche werden in diesem Jahr wachsen. Wir freuen uns jetzt schon, „Corona-konforme“ Konzerte zu ermöglichen und den Festivalssommer auch in diesem Jahr für viele unserer Gäste und Künstlerinnen zu retten.

Tourismusnachrichten: Sie haben den Kultursommer schon früh im Jahr angekündigt, als die Branche noch im Lockdown war und nicht absehbar war, was im Sommer überhaupt möglich ist. Sind Sie sich der Sache so sicher oder war das purer Optimismus?

Max Giesler: Wir sind uns durch die guten Erfahrungen aus dem letzten Jahr unserer Sache sehr sicher: Das Konzept des Kultursommers funktioniert und ist sicher. Als Veranstaltungsunternehmen in dieser Zeit muss man positiv sowie flexibel sein und bleiben. Es können einem ständig Hindernisse in den Weg gelegt werden doch davon darf man sich nicht unterkriegen lassen. Wir wollen mit dem Kultursommer vor allem eins: Eine Perspektive für unsere Mitarbeiter, Künstlerinnen und natürlich unsere tollen Gäste schaffen.

Tourismusnachrichten: Haben Sie so etwas wie einen Plan B in der Tasche?

Max Giesler: Einen Plan B gibt es definitiv. Wir rechnen momentan aber nicht damit, dass wir auf diesen zurückgreifen müssen. Wir haben bereits beim Kartenkauf darauf geachtet, dass sich die Bereiche noch einmal teilen lassen. Sollte es also unerwartet zu strengen Auflagen zur Kontaktreduzierung kommen, sind wir vorbereitet und können gut und kurzfristig reagieren.

Moin Future

EINE AUSBILDUNG MACHEN.
ALLES WERDEN.



» Bei Moin Future erreichen wir die jungen Menschen online und zwar hauptsächlich auf Instagram, aber auch über die Website“, sagt Moin-Future-Beraterin Katrin Sanna von der IHK Lüneburg-Wolfsburg.

ONLINE-KAMPAGNE WIRBT FÜR EINE AUSBILDUNG

Kurz vor dem Ausbildungsstart 2021 stehen viele Unternehmen in Niedersachsen vor der Herausforderung, ihre freien Lehrstellen zu besetzen. Digitale Unterstützung bietet die Ausbildungskampagne Moin Future.

„Moin Future – Eine Ausbildung machen. Alles werden.“ – so lautet der Titel der digitalen Ausbildungskampagne, mit der niedersächsische IHKs junge Menschen für eine Ausbildung in ihrer Heimatregion begeistern wollen.

„Bei Moin Future erreichen wir die jungen Menschen online und zwar hauptsächlich auf Instagram, aber auch über die Website“, sagt Moin-Future-Beraterin Katrin Sanna von der IHK Lüneburg-Wolfsburg (IHKLW). „Wir zeigen Videos mit Azubis aus der Region, darunter eine angehende Hotelfach- und eine Hotelkauffrau, ein Koch-Azubi und eine Auszubildende zur Kauffrau für Tourismus und Freizeit. Sie alle stellen authentische Karrierewege vor. Außerdem bündeln wir unter www.moin-future.de Informationen, Termine und hilfreiche Links rund um die Berufsausbildung in Niedersachsen.“

Schülerinnen und Schüler können die Informationen auf der Website je nach Wohnort und Interesse filtern – und finden unter anderem Berufsportraits aus Hotellerie, Tourismus und Gastgewerbe unter der Kategorie „Foodies & Willkommensheißer“. Der Grund: Das Wording der Kampagne orientiert sich ebenso wie sämtliche weiteren Elemente an der jungen Zielgruppe.

Gestartet ist die Ausbildungskampagne Moin Future 2018 als Gemeinschafts-Initiative von IHKLW, Handwerkskammer Braunschweig-Lüneburg-Stade und sechs Landkreisen. Seit Anfang 2021 beteiligen sich fünf weitere IHKs: Die IHK Braunschweig, IHK Hannover, IHK Osnabrück-Emsland-Grafschaft Bentheim, IHK für Ostfriesland und Papenburg sowie die IHK Stade für den Elbe-Weser-Raum.

Die Partner befeuern die Kampagne durch regionale Social-Media-Aktivitäten etwa mit wöchentlichen Bewerbungstipps, Veranstaltungsterminen und Kurzvideos, in denen Berufe oder auch freie Ausbildungsplätze vorgestellt werden. Pro Monat erreichen die Posts etwa 160.000 junge Menschen unter www.instagram.com/moinfuture. Dabei rücken die Kampagnenpartner jeden Monat einzelne Branchen mit ihren Ausbildungsberufen in den Mittelpunkt.

„Gerade während der Corona-Pandemie ist es wichtig, auch digital gute Berufsorientierung zu leisten und für die vielfältigen Karrierechancen durch eine Ausbildung zu werben. Denn der Fachkräftenachwuchs wird auch in der Tourismusbranche weiterhin dringend gebraucht“, so Sanna.

Wenn Sie Interesse an einem Engagement bei Moin Future haben oder Sie noch Informationen benötigen, melden Sie sich gerne. Das Moin-Future-Team ist erreichbar per Mail an moinfuture@ihklw.de und unter Telefon 04131 742-185.

DEUTSCHER TOURISMUSPREIS

RICHTUNGSWEISENDE TOURISMUSIDEEN GESUCHT!

Mitte Juni ist der Startschuss für den Deutschen Tourismuspreis 2021 gefallen: Zum 17. Mal sucht der Deutsche Tourismusverband e.V. (DTV) originelle Produkte und Projekte im Deutschlandtourismus. Wer überzeugt mit einer reichweitenstarken Marketingkampagne, kreativen Vertriebsstrategie oder einem nachhaltigen Übernachtungskonzept? Unternehmen, Vereine, Kommunen und private Anbieter können sich mit ihrem innovativen Projekt bis zum 16. August unter www.deuschertourismuspreis.de bewerben. Die Preisträger werden am 19. Oktober auf dem Deutschen Tourismustag in Berlin gekürt.



Das Gemeinschaftsprojekt der Lübecker Bucht und St. Peter Ording zur Messung von Auslastungen und zur Besucherlenkung wurde im letzten Jahr mit dem 2. Preis und dem Publikumspreis gleich doppelt geehrt.

DAS NEUE REISEN

AKTUELLE STUDIE DES KOMPETENZZENTRUMS TOURISMUS DES BUNDES

Unternehmen erwarten nach Ende der Pandemie einen Reiseboom. Die erhöhte Nachfrage kann gut 14 Monate anhalten. Dabei stoßen sie auf eine zumindest temporär veränderte Nachfrage: Vor-Ort-Erlebnisse spielen in der Inspirationsphase bei den Reisenden aktuell keine dominierende Rolle mehr, Ruhe und Natur haben an Relevanz gewonnen. Das sind die zentralen Ergebnisse des Online-Panels 2/2021 und Sinus-Milieu-Umfrage, die das Kompetenzzentrum Tourismus des Bundes veröffentlicht hat.

Das Informationsbedürfnis hat sich danach sehr deutlich verändert. Informationen zu Hygiene und Sicherheit haben bei Reisenden oberste Relevanz. Auch die Unternehmen sehen dies, ordnen jedoch anderen Themen eine noch höhere Relevanz zu. Traditionell wichtige Themen wie die persönliche Beratung und die Online-Buchbarkeit von Leistungen haben bei Reisenden durch Corona nicht oder nur kaum an Relevanz gewonnen. Im Vergleich zu den Unternehmen ist die Bedeutung aktuell hierfür nicht ausgeprägt. Was hingegen zählt, ist Flexibilität bei Buchung und Stornierung.

Im Erhebungszeitraum im April sprach sich eine knappe Mehrheit der Reisenden für eine Zurücknahme von Einschränkungen für Geimpfte und Genesene aus. Die Notwendigkeit eines Impfnachweises wurde nur von einer Minderheit der Reisenden erkannt, sehr wohl aber von der Mehrzahl der Unternehmen.

Generell liegen die Präferenzen von Unternehmen und Reisenden in vielen Phasen der Customer Journey eng beieinander. Differenzen können kurzfristiger Natur sein und mögen in vielen Fällen von Anbietern schneller erkannt sein als von der Nachfrageseite. In Summe bewerten die Unternehmen die Relevanz vieler Themen häufig höher als die Reisenden.

Der große Wunsch der Reisenden nach transparenter Information zum Thema Sicherheit und zur Flexibilität bei der Reise ist jedoch stark ausgeprägt und sollte von der Industrie aufgegriffen werden.

ZWEI UMFRAGEN, ZWEI PERSPEKTIVEN

Zum Aufbau eines am Bedarf des mittelständischen Tourismusgewerbes ausgerichteten Informationsangebotes führt das Kompetenzzentrum Tourismus des Bundes seit dem Jahr 2018 quartalsweise Onlinebefragungen mit touristischen Unternehmen und Organisationen durch.

Zum Thema „Das neue Reisen“ wurde zusätzlich zum Online-Panel (Erhebungszeitraum 13.04.–04.05.2021) zeitgleich eine repräsentative Befragung unter der deutschsprachigen Online-Bevölkerung in Zusammenarbeit mit dem Sinus-Institut durchgeführt (13.–19. April 2021). Auf diese Weise konnte die Sicht der Unternehmen den Bedürfnissen der Reisenden gegenübergestellt werden.

ÜBERN TELLERRAND



„Gemeinsam aus der Krise“ – so lautet das Motto der Reopeningwoche, die von 25. Mai bis 31. Mai in Wien und Umgebung von Culinarius, dem Veranstalter der beliebten Wiener Restaurantwoche, organisiert wurde. Zielsetzung der Reopeningwoche war, den Gastronomiebetrieben den Start in die neue Normalität zu erleichtern und die Gäste von möglichen Hemmungen vor dem Betreten von Lokalen zu befreien. Unter der Einhaltung von speziellen Sicherheitsmaßnahmen und Verhaltensregeln konnten Besucher der Reopeningwoche Köstlichkeiten zu Sonderpreisen in ihren Lieblingslokalen genießen.



Aus der Not eine Tugend machen: Unter dem Motto „Irgendwas geht immer“ geht das Foodlab in Hamburg neue Wege mit einem innovativen Ansatz. Während des Lockdowns wandelten die Macher das „Popup-Restaurant“ in der Hamburger Hafencity kurzerhand in ein „Popup-Window“. In der Küche und im Fenster standen renommierte Gastronomen der Hamburger Gastronomie-Szene. Sie bereiteten ausgefallene Snacks, To-Go-Gerichte und Drinks zu.

Wenn man schon nicht in den „echten“ Sightseeingbus der Essener Stadtrundfahrten die Stadt erkunden kann, dann doch wenigstens bequem vom heimischen Sofa aus. Und das mit dem gewohnten 360 Grad-Rundumblick. Die Essen Marketing GmbH (EMG) unterstützt dieses neue Format nach Kräften und freut sich über das wirklich gute Ergebnis. So kann man auch in diesen schwierigen Zeiten weiter die spannenden Seiten der Stadt erkunden.



Der Hamburger Hafengeburtstag wurde in diesem Jahr ein Hafengeburtstag@Home. Unter www.hafengeburtstag.hamburg konnten im Mai die vielfältigen Facetten des Hafenlebens entdeckt werden – und können es noch stets. Neben Live-Shows gibt es beliebte Klassiker wie das Schlepperballett, das Feuerwerk, Grußbotschaften von Traditionsseglern und die Ein- und Auslaufparade ebenso wie eine interaktive Hafenkarte, die eine 360-Grad-Erkundung des Hafens ermöglicht. Und auch der traditionelle Internationale Ökumenische Eröffnungsgottesdienst in der Hauptkirche St. Michaelis konnte online verfolgt werden.



IDM Südtirol wollte sich Ende April mit einer neuen Mediakampagne #Lichtblicke zurück in die Köpfe potenzieller Gäste bringen. Dabei waren Südtiroler Gastgeber und Influencer gebeten, durch eigene Social-Media-Posts mit potenziellen Gästen in Kontakt zu treten. Die schönsten Motive dieser Posts wurden nun für die Mediakampagne verwendet und sollen so ein authentisches, positives Bild des Landes geben. Ganz persönliche Momente, die jenseits direkter Verkaufsgedanken entstanden sind. Mitgemacht haben viele – nicht nur große Betriebe mit eigenen Marketingmitarbeitern, sondern auch kleine.

AUSWIRKUNGEN DER COVID 19-PANDEMIE AUF DIE TOURISMUSBRANCHE

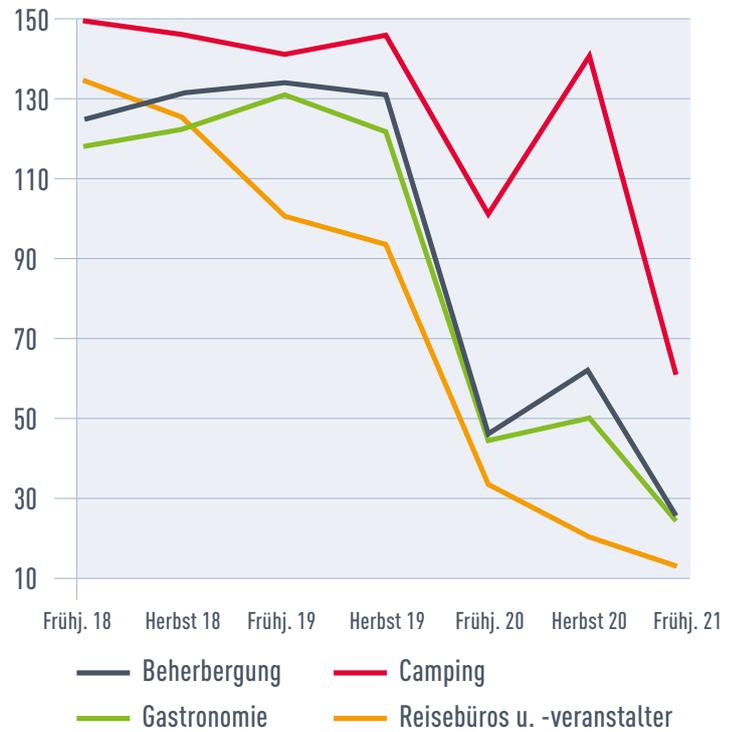
KLIMAINDEX DURCH CORONA AUF TIEFSTAND

„Die Stimmung in der Tourismusbranche war noch nie so schlecht, wie in diesem Frühjahr“, so fasst Hendrik Schmitt, Hauptgeschäftsführer der IHK Niedersachsen (IHKN) die Ergebnisse der aktuellen Saisonumfrage Tourismus zusammen. Der Klimaindex, der sich vor Ausbruch der Corona-Pandemie um einen Wert von 130 Punkten eingependelt hatte, sank im Frühjahr auf einen dramatischen Tiefststand von nur noch 26,6.

Die bisherige Geschäftslage beschrieben 91,7 Prozent des Gastgewerbes Anfang Mai als schlecht – was den Lockdown seit Anfang November widerspiegelt. Bei den Reisebüros und –veranstaltern waren es sogar 97,1 Prozent. Und auch die Entwicklung der Geschäftslage wurde überwiegend negativ bewertet. Im Gastgewerbe gingen 60,5 Prozent von einer ungünstigeren Geschäftslage in der nächsten Saison aus, wobei das Beherbergungsgewerbe mit 59,4 Prozent noch ein wenig optimistischer war als die Gastronomie.

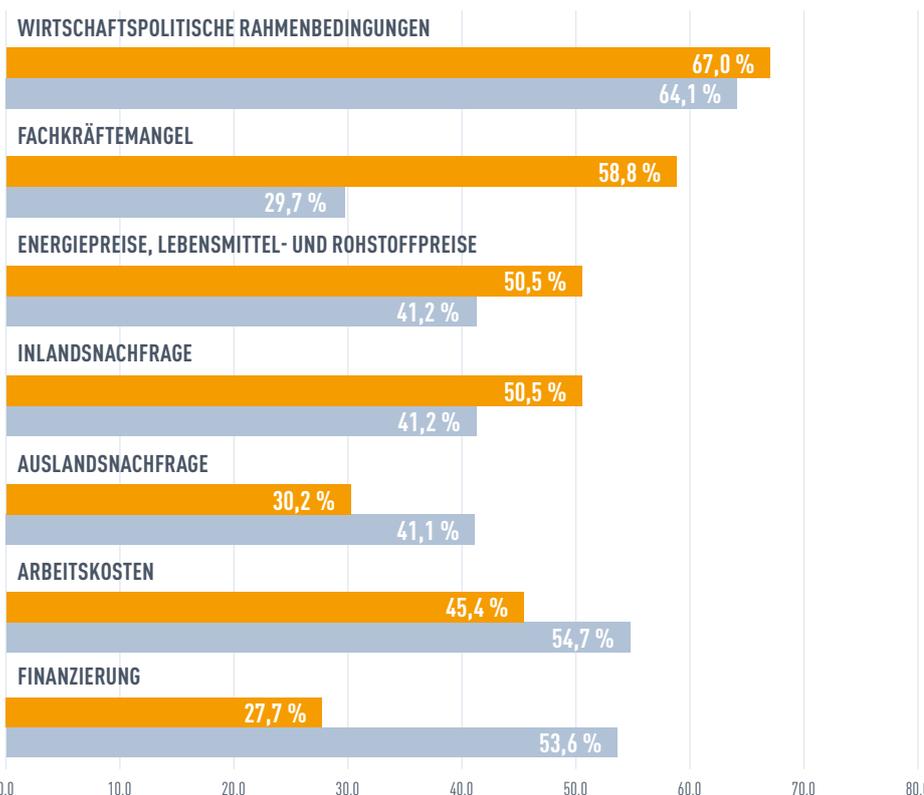
An der Umfrage beteiligten sich 620 Betriebe aus Hotellerie, Gastronomie und Campingwirtschaft sowie 172 Reisebüros und Reiseveranstalter. Befragungszeitraum war vom 8. April 2021 bis zum 7. Mai 2021.

DER IHKN-KONJUNKTURKLIMAINDEX



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

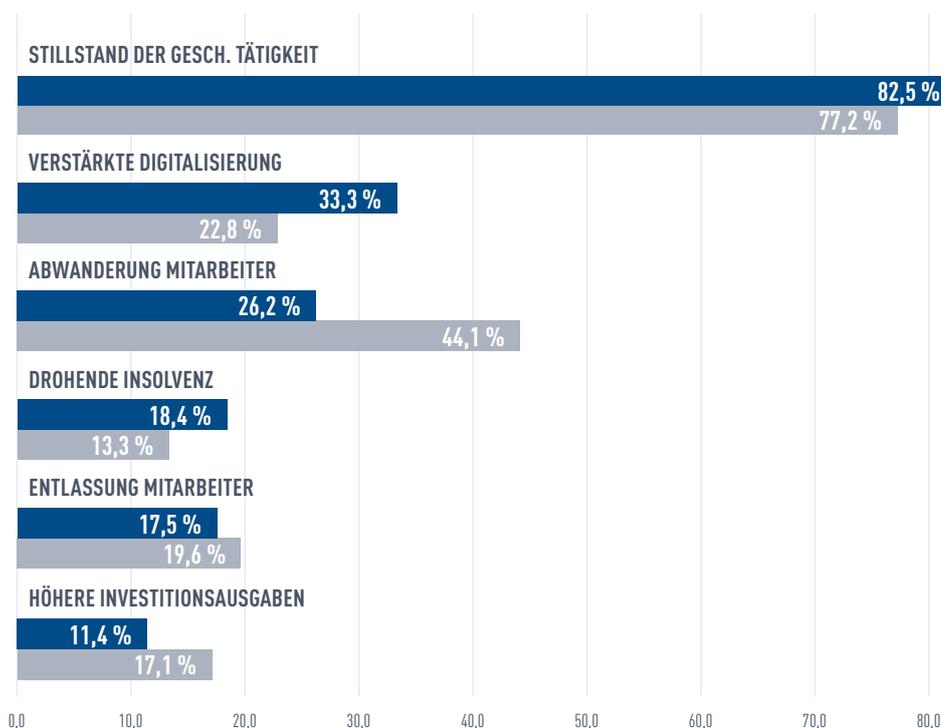
GRÖSSTE RISIKEN IM GASTGEWERBE



FRÜHJAHR 2021
FRÜHJAHR 2020

Als größtes Risiko für die wirtschaftliche Entwicklung wurden mit 67 Prozent nach wie vor wirtschaftspolitische Rahmenbedingungen und damit vor allem die Auswirkungen der Corona-Pandemie auf die Branche angegeben. Platz zwei der Risiken belegte mit 58,8 Prozent der Fachkräftemangel. „Die Arbeitsmarktsituation verschärft sich. Viele Saisonkräfte stehen aufgrund des späten Saisonstarts nicht mehr zur Verfügung“, so IHKN-Tourismussprecher Arno Ulrichs.

WELCHE AUSWIRKUNGEN HAT DIE COVID 19-PANDEMIE AKTUELL AUF IHRE GESCHÄFTSLAGE?



REISEGEWERBE INSGESAMT
GASTGEWERBE INSGESAMT

77,2 Prozent der Betriebe im Gastgewerbe berichteten im April noch vom Stillstand der geschäftlichen Tätigkeit durch die Corona-Pandemie. Und auch die Arbeitsmarktsituation wird schwieriger: So berichten 44,1 Prozent der Befragten von der Abwanderung von Mitarbeitern, wobei diese Problematik in der Gastronomie noch stärker ausgeprägt ist (48,6 %) als im Beherbergungsbereich (42 %). Gleichzeitig mussten 19,6 Prozent der Betriebe Mitarbeiter aufgrund der Auswirkungen der Pandemie entlassen.

24,7 Prozent der Betriebe rechnete im April bereits mit einer Rückkehr zur Normalität noch in diesem Jahr. Teststrategie, Fortschritt der Impfkampagne und sinkende Infektionszahlen geben Hoffnung. Mit 39,6 Prozent rechnete die größte Gruppe der antwortenden Unternehmen jedoch erst im Jahr 2022 mit einer Rückkehr zur Normalität.

DIGITALISIERUNG UND REISEVERHALTEN

Die Corona-Pandemie hat der Digitalisierung in vielen Bereichen einen Schub versetzt. Dieser Trend gilt auch für die Tourismusbranche. 22,8 Prozent der Betriebe berichteten von einer verstärkten Digitalisierung durch die Corona-Pandemie. Wichtige Themen im letzten Jahr waren die Vermeidung der Ballung zu vieler Menschen an touristischen Hotspots, sodass Abstände nicht eingehalten werden können, und die Registrierung von Gästen, sodass sie im Fall der Fälle über eine mögliche Infektion informiert werden können. Für beide Herausforderungen wurde im letzten Jahr eine Reihe von digitalen Lösungen entwickelt.

Durch die Corona-Pandemie hat sich im vergangenen Jahr auch das Reiseverhalten der Gäste verändert. Dies kann eine Chance für Betriebe sein, neue Zielgruppen anzusprechen. Mehr zu diesen Themen lesen Sie in Kürze im neuen Fokus Niedersachsen unter

<https://www.ihk-n.de/publikationen/fokus-niedersachsen-3485828>

BIS WANN RECHNEN SIE MIT EINER RÜCKKEHR ZUR NORMALITÄT IHRER GESCHÄFTSLAGE





**NEUES
VON DER TMN**

FÜHL DIE WEITE

NIEDERSACHSEN LAUNCHT NEUE KAMPAGNE FÜR DEN TOURISMUS

Pünktlich zur Wiedereröffnung des Tourismus hat die Tourismus-Marketing Niedersachsen (TMN) zum 1. Juni 2021 eine neue Kampagne gestartet. Ziel ist es, Niedersachsen als sympathisches und naturnahes Reiseland zu präsentieren und die Tourismuswirtschaft zu stärken. Darüber hinaus vermittelt die Kampagne Urlaubsinspiration, um neue Gäste für einen Aufenthalt im zweitgrößten Bundesland zu gewinnen.

FÜHL DIE WEITE!

Die Kernbotschaft der Kampagne fokussiert sich auf Urlaub in der abwechslungsreichen Natur. Ob Küste, Inseln, Berge, Flüsse, Seen, Wälder, Heide oder Moore: Kaum ein Bundesland bietet so viele unterschiedliche Naturlandschaften wie Niedersachsen. Zudem bietet die Landingpage der Kampagne Inhalte zu den Themen Nachhaltigkeit und Gesundheit, zum Beispiel in Form von Tipps zu nachhaltigem Reisen. Bedingt durch die Corona-Pandemie besuchten im vergangenen Sommer nicht nur Stammgäste Niedersachsen, sondern auch neue Gästegruppen, darunter viele

junge Reisende. Daher steht neben Naturliebhabern und Outdoor-enthusiasten nun auch die jüngere Zielgruppe im Fokus der Kampagne.

UMFASSENDE ONLINE- UND OFFLINE-KOMMUNIKATION

Die Marketing-Maßnahmen beinhalten sowohl Online- als auch Offline-Kommunikation. Mittelpunkt der Kampagne ist die Webseite reiseland-niedersachsen.de, auf der zielgruppenspezifischer Inspirationscontent zu finden ist. Zusätzlich werden unter anderem Social Media Beiträge, Influencer Marketing, Online-Advertorials, Video Advertising und Newsletter sowie Out of Home-Werbung umgesetzt. Im Online-Bereich wird die Kampagne bundesweit ausgespielt. Ab September werden die Maßnahmen in einem zweiten Teil der Kampagne dann auch auf relevante internationale Märkte ausgeweitet.

Die Landingpage zur Kampagne finden Sie hier:

www.reiseland-niedersachsen.de/erleben/fuehl-die-weite

PROJEKT

KLIMAWANDEL ANPACKEN – ANPASSUNGSSTRATEGIEN FÜR DEN TOURISMUS IN NIEDERSACHSEN

Niedersachsen hat unter dem Titel „Klimawandel anpacken – Anpassungsstrategien für den Tourismus in Niedersachsen“ als erstes Bundesland ein flächendeckendes Projekt zu den Auswirkungen des Klimawandels auf den Tourismus gestartet. Da sich schon jetzt klimabedingte Veränderungen in Deutschland bemerkbar machen, ist es Ziel dieses Projekts, die niedersächsische Reisebranche für die daraus resultierenden Herausforderungen fit zu machen.

Unter der Leitung der TMN soll in den kommenden 18 Monaten gemeinsam mit den Reiseregionen herausgearbeitet werden, wo der Klimawandel die Branche besonders trifft und welche Lösungen schon jetzt den Folgen entgegengesetzt werden können, um die Destinationen erfolgreich und nachhaltig an die Folgen des Klimawandels anzupassen.

Das Projekt wird operativ vom Institut für Tourismus und Bäderforschung in Nordeuropa (NIT), adelphi research, dwif-Consulting und Fresh Thoughts-Consulting durchgeführt. In einem gemeinsamen Kick-Off-Termin wurden bereits Ziele, Vorgehen und Zeitplan definiert. In einer ersten digitalen Workshop-Reihe zum Thema „Klimaveränderungen und Tourismus in den klimatischen Teilregionen Niedersachsens“ wurde gemeinsam mit Verantwortlichen aus Destinationsmanagementorganisationen (DMOs), Kommunen, Schutzgebietsverwaltungen und Interessenverbänden über die klimatischen Veränderungen in Niedersachsen und die Auswirkungen auf den Tourismus diskutiert.

Weitere Informationen und Tipps zum Thema Klimawandel im Tourismus finden sich in der neuen Rubrik „Klimawandel“ hier im Tourismusnetzwerk.

DIE Q-SEMIANRE

ServiceQualität Deutschland bietet ein Schulungs- und Zertifizierungsprogramm für kleine und mittelständische Dienstleister im Tourismus. Seit 2001 unterstützt die Initiative Unternehmen bei der Verbesserung ihrer Servicequalität – mit einem praxisnahen System, das sich in den Betriebsalltag integrieren lässt. Die Basis ist die Qualifizierung zum Q-Coach.

Lassen Sie sich in einem 1,5-tägigen Seminar zum Q-Coach ausbilden und steigen Sie direkt in eine passende Zertifizierungsstufe ein:

- **14. / 15. September 2021**
in Hannover
- **15. / 16. November 2021**
in Wolfenbüttel

Gerne bietet die TMN Ihnen ein Exklusiv-Seminar an, welches individuell auf Ihr Unternehmen angepasst wird. So haben Sie die Chance Ihr ganzes Team an einem Termin Ihrer Wahl zu Q-Coaches ausbilden zu lassen. Bei Interesse können Sie eine unverbindliche Anfrage an qualitaet@tourismuniedersachsen.de schicken.

GEMEINSAM INTERNATIONAL

Ihre Q-Coach-Ausbildung können Sie im Rahmen des Projekts „Metropolregion Hamburg. Gemeinsam International“ auch mit einem Zielgruppen-Schwerpunkt verbinden. Machen Sie sich fit für den internationalen Gast der Metropolregion Hamburg.

- **8. / 9. November 2021**
Ort noch nicht bekannt

Sie sind bereits Q-Coach, aber Ihre Teilnahme an einem Q-Seminar liegt schon ein bisschen länger zurück? Kein Problem! Sie können Ihre Kenntnisse in einem eintägigen Q-Refresher-Seminar am auffrischen.

- **6. Juli 2021**
online

Neben den klassischen Q-Seminaren können Sie auch an einem themenspezifischen Workshop teilnehmen:

- **Thema „Mitarbeiterbindung und -motivation“**
am 7. Oktober 2021 in Oldenburg



Q-NEWS

ANSTEHENDE SEMINARTERMINE:

- Auffrischungsseminar zum Qualitäts-Experten
Online-Seminar
06.07.2021
- Q-Coach-Seminar
Handelshaus Hannover
14.09. – 15.09.2021
- Mitarbeiterbindung und -motivation
als Schlüssel zum Unternehmenserfolg
Glaswerk Oldenburg
07.10.2021
- Themenseminar Internationaler Gast
Q-Seminar
08.11. – 09.11.2021
- Q-Coach-Seminar
Jugendgästehaus Wolfenbüttel
15.11. – 16.11.2021

Anmeldung unter
www.q-deutschland.de/q-seminar

MEHR INFORMATIONEN

TourismusMarketing Niedersachsen GmbH
Romina Fischhöfer
Telefon: 0511 270488-24
E-Mail: qualitaet@tourismuniedersachsen.de
www.q-deutschland.de



ServiceQualität
DEUTSCHLAND

Rundreise durch Niedersachsen

Niedersachsen hat viele Gesichter! Die Tourismusanzeigen porträtieren in jeder Ausgabe eine andere Destination. In dieser Ausgabe stellt sich die Nordseeinsel Spiekeroog vor. Sie wirbt mit Nachhaltigkeit und Umweltschutz seit 1924.



SPIEKEROOG



Lebenswert. Liebenswert. Spiekeroog.

Inseltraditionen, Zukunftsvisionen und gelebte Nachhaltigkeit zwischen den Gezeiten.

ENERGIEORT SPIEKEROOG

Spiekeroog ist die grünste der 7 Ostfriesischen Inseln und ein intakter Lebensraum für Mensch und Tier. Rund 800 Einwohner leben hier nahezu ausschließlich vom Tourismus – gleichzeitig im nachhaltigen Einklang mit dem einzigartigen Lebensraum Wattenmeer.

Herrlich ruhig und autofrei. Ungewöhnlich grün. Und leidenschaftlich traditionell. Spiekeroog ist mit seinen rund 18 Quadratkilometern zwar nicht übermäßig groß. Bietet mit seinem langen feinen Sandstrand, kleinen Wäldchen, Salzwiesen, Dünenlandschaften und nicht zuletzt dem idyllischen Dorfkern alles, was man für ein naturnahes Leben und entspannenden Urlaub braucht. Nichts trübt hier den Naturgenuss. Keine Autos, keine Flugzeuge. Keine Bettenburgen, keine Strandpromenaden. Als Teil des UNESCO-Welterbes Wattenmeer folgt die Insel ihrem grünen Leitbild und Ziel, Vorbilddestination in den Bereichen Tourismus, Mobilität, Nachhaltigkeit und Digitalisierung zu werden.

GESTERN UND HEUTE DAS MORGEN IM BLICK

„Gemeinsam stark“ – so könnte das Motto der Insel lauten. Die Gemeindeverwaltung, ihre 100-prozentige Tochtergesellschaft Nordseebad Spiekeroog GmbH (NSB) mit ihren knapp 80 Angestellten, sowie die Leistungsanbieter der Insel, ziehen an einem Strang. Dabei spielt neben der ökonomischen Nachhaltigkeit auch die ökologische Nachhaltigkeit eine ganz wesentliche Rolle. Und schon lange bevor Nachhaltigkeit und Umweltschutz in aller Munde waren, haben sich die Spiekerooger den nachhaltigen Schutz des einzigartigen Ökosystems Wattenmeer zur Aufgabe gemacht. 1924 gründeten sie gemeinsam mit Heinrich Pferdmenes (1877–1947) die „Nordseebad Spiekeroog GmbH“, die schon damals die nachhaltige Entwicklung Spiekeroogs im Fokus hatte. Die Erklärung des Dünenareals zum Naturschutzgebiet, die Verhinderung der Strandbebauung und die Errichtung der großen Landungsbrücke sind nur einige Projekte, die bereits vor vielen Jahren umgesetzt wurden.



Macht die Insel besonders: Kiefernwäldchen in den Dünen laden zu Spaziergängen ein.

NACHHALTIGKEIT MIT STRATEGIE

Dazu gehört auch, ökonomische und ökologische Interessen mit dem Kosmos „Wattenmeer“ in Einklang zu bringen: Echtholz aus nachhaltiger Forstwirtschaft, statt Tropenholz oder Kunststoff. Nachhaltige Umwandlung statt Abriss von nutzbaren Flächen und traditionsreichen Gebäuden. Refinanzierung von Wohnraum statt Gewinnmaximierung aus Ferienunterkünften der Spiekeroog GmbH. Die 2020 gegründete Spiekerooger Genossenschaft hat die Schaffung von bezahlbarem Dauerwohnraum auf Spiekeroog zum Ziel. Schon 2018 verabschiedete die Nordseebad Spiekeroog GmbH gemeinsam mit ihren Tourismuspartnern eine umfassende Nachhaltigkeitsstrategie, die mit insgesamt fünf Bereichen alle Facetten der Nachhaltigkeit abdeckt. Erklärtes Ziel ist es, den CO₂-Fußabdruck der Insel in den kommenden Jahren so klein wie möglich zu halten und norddeutsche Vorbilddestination im Bereich Nachhaltigkeit zu werden. Zu den Nachhaltigkeitsaktivitäten

zählen unter anderem die Plastikmüllvermeidung und -reduzierung in allen Bereichen, der Ausbau von Partnerprogrammen für Tourismusbetriebe in Zusammenarbeit mit dem Nationalpark Niedersächsisches Wattenmeer, die Einbindung von Gästen in Nachhaltigkeitsaktivitäten durch finanzielle und inhaltliche Beteiligungsmöglichkeiten, sowie die Positionierung der Nordseebad Spiekeroog GmbH als nachhaltiges Unternehmen. Um die Nachhaltigkeitsinitiative für alle erkennbar und vor allem aktiv lebbar zu machen, wurde ein eigenes Logo entwickelt, dass auf Spiekeroog überall zu finden ist.

SPIEKEROOG DIGITAL

Auf Spiekeroog wird viel dafür getan, um Gästen bereits im Vorfeld ein positives, digitales Urlaubserlebnis zu bieten. Vom Fährticket bis zum Strandkorb können Gäste ihre Urlaubszeit bequem digital planen und buchen. Auch Veranstaltungstickets, Wellnesstermine, Kinotickets, Carsharing und vieles mehr sind auf spiekeroog.de online buchbar. Rund 70% aller Spiekeroog Gäste nutzen bereits die digitalen Buchungsmöglichkeiten, Tendenz steigend. Eine Win-Win-Situation: Prozesskosten werden deutlich nach unten optimiert, Papiermüll wird reduziert und Gastgeber bleibt mehr Zeit für einen realen Schnack mit ihren Gästen.

EIN BLICK IN DIE STERNE

Neben Sternenstadt und Sterneparks sind auch Sternenseln im Kommen! Und Spiekeroog ist in Sachen „Lichtverschmutzung“ einer der dunkelsten Orte in Deutschland. Zahlreiche Leuchten und Laternen wurden bereits umgerüstet. Weitere Lichteinsparungen sind geplant, um sich nicht nur als „Sternensel“

zu qualifizieren, sondern auch Sterneguckern mit ausgebildeten Sternenführern ein neues, buchstäbliches Urlaubs-Highlight zu bieten.

VOLLE KRAFT VORAUS – KURS GESUNDHEIT

Gesundheit als fundamentaler Wert hat sich in den vergangenen Jahren tief im Bewusstsein der Menschen verankert und ist zum Synonym für hohe Lebensqualität geworden. Als zentrales Lebensziel prägt es nicht zuletzt auch die Entscheidung bei der Wahl des Urlaubsortes. Daher wird ein nachhaltiges und ganzheitliches Thalasso-Gesundheitszentrum entstehen, das das Inselerlebnis noch einzigartiger macht. In das neue Gesundheitszentrum werden – auch dank einer Förderung aus EFRE-Mitteln – rund 3,5 Millionen Euro investiert, um das gesundheitstouristische Profil und die entsprechenden Angebote auf Basis der natürlichen Heilmittel der Insel zu erweitern.

STRANDGASTRONOMIE NEU GEDACHT – ARCHITEKTENWETTBEWERB

Auch die Neukonzeption des Gebäudeensembles am Hauptstrand von Spiekeroog steht im Zeichen der ökologischen Verantwortung in Verbindung mit wirtschaftlichem Erfolg. So stehen beim dafür ausgeschriebenen Architekturwettbewerb sowohl die naturräumlich hochsensible Lage, das Umsetzen von innovativen Trends, die Schaffung von Arbeitsplätzen und Wohnraum für Insulaner, als auch die naturgemachten Inseltschätze von Watt und Meer im Fokus. Es soll eine gastronomisch ausgerichtete, ganzjährige Erlebnis- und Genusswelt für Gäste und Insulaner im Wattenmeer Style entstehen. Auch das Projekt „Sternensel“ wird hier eine fantastische Bühne bekommen.



KONTAKT

Ansgar Ohmes
Geschäftsleitung
Nordseebad Spiekeroog GmbH
-Kurverwaltung und Schifffahrt-

Noorderpad 25
26474 Spiekeroog
Telefon: 04976 9193-115
Mail: geschaeftsfuehrung@spiekeroog.de
www.spiekeroog.de



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

IHR GUTES RECHT



BUNDESTAG VERABSCHIEDET NEUREGELUNG DER INSOLVENZABSICHERUNG

Der Bundestag hat in seiner Sitzung in der Nacht vom 10. auf den 11. Juni in zweiter und dritter Lesung den neuen Reisesicherungsfonds auf den Weg gebracht. Das Gesetz regelt die Absicherung der Zahlungen von Kunden und deren Rückholung nach Deutschland, falls Reiseveranstalter in Insolvenz geraten.

Der Gesetzentwurf hatte in der Branche viele Fragen aufgeworfen. Bei einer gemeinsamen Tourismusausschusssitzung der niedersächsischen IHKn im April haben Tourismusbetriebe in Niedersachsen die Sorgen geäußert, dass die angestrebte Fondslösung zu einer deutlichen Mehrbelastung für kleine und mittelständische Reiseanbieter und -vermittler führe. Mit den geplanten Beiträgen der Sicherheitsleistung käme es für einige Unternehmen zu einer Vervielfachung der Kosten gegenüber den bisherigen Versicherungsprämien. Dringender Klärungsbedarf bestand außerdem darüber, welche Leistungen tatsächlich über den Reisesicherungsfonds abgesichert werden sollten und dass die unterschiedlichen Risiken bei der Bemessung des Fondsbeitrages auch differenziert betrachtet werden müssten.

Um diese Sorgen vor der finalen Abstimmung des Gesetzentwurfs noch einmal direkt mit den Bundestagsabgeordneten zu besprechen, trafen sich am 10. Mai einige Vertreter der IHK Niedersachsen zu einem Online-Austausch mit den zuständigen Berichterstattern der Regierungsfractionen, Sebastian Steineke, Paul Lehrieder und Karl-Heinz Brunner. Dort konnten die Anliegen der Branche platziert werden.

„Wir freuen uns, dass einige unserer zentralen Forderungen umgesetzt wurden. Dazu gehört, dass eine Mitgliedschaft im Fonds nun erst ab einer Umsatzgrenze von mind. 10 Mio. Euro verpflichtend ist. Auch wurde die Aufbauphase des Fonds um ein Jahr bis 2027

verlängert“, so IHKN-Tourismussprecher Arno Ulrichs.

Kleine und mittelständische Unternehmen mit einem Umsatz unter zehn Millionen Euro sind nicht verpflichtet, sich beim Reisesicherungsfonds abzusichern, sondern können sich für eine individuelle Versicherungslösung oder Bankbürgschaft entscheiden. Dies gilt auch für Gelegenheitsveranstalter oder Hotels, die Zusatzleistungen anbieten.

Neu eingeführt wurde eine Zwischenstufe: Bei einem Pauschalreiseumsatz unter drei Millionen Euro gilt eine pauschale Absicherungspflicht von mindestens einer Million Euro. Damit müssen beispielsweise auch Reisebüros, die nur gelegentlich als Reiseveranstalter eigene Reisen auflegen, eine Mindestabsicherung von einer Million Euro über eine Versicherung oder eine Bankbürgschaft aufweisen.

Auch gibt es eine Klarstellung des abzusichernden Umsatzes bei verbundenen Reiseleistungen. Eine Insolvenzabsicherung ist nach wie vor nur dann erforderlich, wenn das Reisebüro als Vermittler verbundener Reiseleistungen Zahlungen des Reisenden entgegennimmt.

Das Gesetz wird zum 1. Juli in Kraft treten. Operativ soll der Fonds die Absicherung ab dem 1. November übernehmen. Die genaue Ausgestaltung des Fonds muss nun in einer Verordnung geregelt werden.

Wichtige Fragen und Antworten zum Thema gibt es hier:

<https://www.bundesregierung.de/breg-de/service/newsletter-und-abos/newsletter-verbraucherschutz/mehr-schutz-fuer-reisende-1852068>

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

WIEDEREINSTIEG 2021

Maßnahmen der GOSLAR marketing gmbh

Die stabilen Inzidenzen im Landkreis und die erfolgreich laufende Impfkampagne der Bundesregierung lassen eine baldige Rückkehr zur Normalität in greifbare Nähe rücken und geben Anlass zum Optimismus, dass Goslar auch in diesem Jahr einen starken touristischen Sommer erleben kann. Die neuen Verordnungen zur Eindämmung der Pandemie in Niedersachsen bringen nun wieder konkrete Öffnungsstrategien für die Gastronomie und den Einzelhandel mit sich, sodass auch die GOSLAR marketing gmbh (GMG) in diesem Zuge die Öffnungszeiten der Tourist-Information angepasst hat.

Wie viele andere Destinationen im Harz, erlebte auch die Kaiserstadt in den Sommermonaten 2020 eine rekordverdächtige Auslastung der Hotellerie- und Gastronomiebetriebe. Die Übernachtungszahlen konnten in der Zeit von Juli bis Oktober mit einem durchschnittlichen Zuwachs von 25,4 Prozent (Quelle: Interne Gästebeitragsstatistik) im Vergleich zum Vorjahr weit übertroffen werden.

Die im vergangenen Jahr von der GMG ins Leben gerufene Kampagne „Goslar ist gut“ begünstigte diesen Trend und zeigt die Facetten der Stadt in emotionalen Bildern. In diesem Jahr wird die Kampagne insbesondere zum touristischen Wiedereinstieg durch die Präsentation der für den Standort prägenden Kombination aus Kultur und Natur intensiv fortgesetzt.

Zusätzlich möchte die GMG die wechselseitige Abhängigkeit der verschiedenen touristischen Leistungsträger und des Einzelhandels- und Gastronomieangebots vor Ort im Rahmen des zentralen Elements der Standortstärkung „lokal kaufen“ durch Projekte zur Attraktivitätssteigerung der Innenstadt fördern. In diesem Zusammenhang stellt die GMG weiterhin das digitale Datenerfassungssystem Goslar.GastIdent für lokale Betriebe zur Verfügung und unterstützt bei der flächendeckenden Einführung der Luca-App. Als kaufkraftbindendes Instrument für Goslar erfährt zurzeit besonders der 2018 eingeführte



„Goslar Einkaufsgutschein“ eine erhöhte Nachfrage, die es aufrecht zu erhalten gilt.

Die Veranstaltungsabteilung der GMG entwickelt fortlaufend alternative Konzepte zu dem bewährten Veranstaltungsportfolio und plant zusätzliche kleinformatische Angebote zur Steigerung der Aufenthaltsqualität von Bürgern und Besuchern. Ein besonderer Fokus liegt dabei auf den Vorbereitungen für die Feierlichkeiten des 1100-jährigen Stadtjubiläums im kommenden Jahr. Neben einer Aufwertung des Bestandsprogrammes sind zahlreiche einzelne Events unter dem Motto „wo Kaiser ihr Herz verlieren“ geplant. Durch gezielte Marketingmaßnahmen soll bereits jetzt bei potenziellen Besuchern der Bekanntheitsgrad der Stadt gesteigert und bei Bürgern Vorfreude auf das Festjahr erzeugt werden.

Aufbauend auf den Erfahrungen im Umgang mit der Pandemie möchte die GMG insgesamt die Erkenntnisse aus dem letzten Jahr nutzen, um kurz- bis mittelfristig zukunftsgerichtete Projekte umzusetzen, Alternativformate und Konzepte zu entwickeln sowie bestehende Maßnahmen zu optimieren und effektiv fortzuführen.

IHK-TOURISMUSAUSSCHUSS

Frühjahrssitzung mit buntem Themenstrauß

Der IHK-Tourismusausschuss hat sich in seiner virtuellen Frühjahrssitzung am 20. April 2021 unter der Leitung des Ausschussvorsitzenden Dennis Bohnecke vom GOP-Variété in Hannover mit facettenreichen Perspektiven und Lösungsansätzen des Tourismus – aktuell und für die Post-Corona-Zeit – befasst. Meike Zumbrock, Geschäftsführerin der Tourismus-Marketing Niedersachsen GmbH (TMN) nahm eine Bestandsaufnahme über den Zustand der niedersächsischen Tourismuswirtschaft im zweiten Jahr der Pandemie vor und ging auf die besonderen Vorzüge Niedersachsens ein, Gäste für den Zweit- und Dritt-Urlaub zu gewinnen. Anschließend schilderte sie die aktuellen Bestrebungen, die Digitalisierung im Tourismus niedersachsen- und bundesweit deutlich zu intensivieren. In einem auf 18 Monate angelegten Projekt sollen die Destinationen für den Klimawandel fit gemacht werden.

Mathias Behrens-Egge (BTE, Hannover) informierte über den Boom im Outdoortourismus und beleuchtete die Rahmenbedingungen für eine nachhaltige mittelfristige Stabilisierung und Stärkung des Aktivtourismus auch nach einem möglichen Ende der Pandemie. Einerseits würden Infrastrukturen und Kapazitäten benötigt – andererseits bestünden Anforderungen an eine ehrliche qualifizierte

Kommunikation und Information. Verfügbare digitale Lösungsansätze für Besucherinformation und Besuchersteuerung würden aber bislang lediglich punktuell genutzt; auch orientiere sich nur jeder zweite Gast in der Natur digital.

Sandra Schubert, Geschäftsführerin der Clearingstelle des Landes Niedersachsen (Trägerin: IHK Niedersachsen) zur Vermeidung von Bürokratie für KMU, informierte über die Entstehungsgeschichte, Struktur und Aufgaben der am 17. 07.2020 gegründeten Einrichtung und erläuterte den Ablauf eines Clearingverfahrens.

In Statements berichteten einzelne Ausschussmitglieder über ihre aktuellen Herausforderungen während der Pandemie. So skizzierte Harald Wanger, Geschäftsführer der Hameln Marketing und Tourismus GmbH, die sehr unterschiedliche Entwicklung in den drei Geschäftsfeldern Tourismus, Hallenmanagement und Stadtmarketing. Im Tourismus würden neue Produkte für segmentierte Kleingruppen gelauncht. Das DWIF habe für Hameln den Wirtschaftsfaktor Tourismus ermittelt und die Corona-bezogenen Auswirkungen berechnet.

TOURISMUSORTE IN DER IHK-REGION HANNOVER: KENNZAHLEN 2020

Die IHK Hannover hat auf der Basis von Daten des Landesamtes für Statistik Niedersachsen für insgesamt 38 Tourismusorte in der IHK-Region Hannover mit in der Regel mehr als 20.000 Übernachtungen deutlich von den gravierenden Auswirkungen der Covid-19-Pandemie geprägte touristische Kennzahlen des Jahres 2020 zusammengestellt. Während bei der Übernachtungsinfrastruktur und der touristischen Nachfrage

eindeutig die Landeshauptstadt Hannover vorn liegt, werden hingegen bei der Aufenthaltsdauer und der Auslastung der Schlafgelegenheiten die Spitzenpositionen nach wie vor von Kurorten und Heilbädern belegt.

https://www.hannover.ihk.de/fileadmin/data/Dokumente/Themen/Konjunktur_Statistik/Tourismus_Gemeinden_2020.pdf



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

HEIDE PARK RESORT

Am 1. Mai als erster deutscher Freizeitpark gestartet

Norddeutschlands größter Freizeitpark öffnete am 1. Mai 2021 mit 35 tägiger Verspätung als erster deutscher Freizeitpark in diesem Jahr seine Tore für kleine und große Abenteuer. Nach einer erfolgreichen Klage am Oberverwaltungsgericht Lüneburg konnte der Park des Resorts innerhalb von wenigen Tagen von 0 auf 100 hochfahren, Mitarbeiter wurden aus der Kurzarbeit zurückgeholt und Saisonkräfte eingestellt. Eine logistische Meisterleistung. Durch ein umfangreiches Sicherheits- und Hygienekonzept hat sich der Park optimal auf die Eröffnung vorbereiten können. Bereits in der vergangenen Saison zeigte dieses Konzept, dass die Gäste im Park ein sicherer Aufenthalt erwartet.

Die Öffnung des Resorts war an Auflagen gebunden. Zur Minimierung des Infektionsrisikos wurden auch in diesem Jahr gezielte, teilweise von der Regierung verordnete Maßnahmen ergriffen, wie Maskenpflicht in den Attraktionen, Wartebereichen, Shops und Abstandsregelungen von 1,5 Metern. Aus diesem Grund wurde ebenfalls die Besucherkapazität angepasst. Jeder Gast benötigt zum

Eintritt zwingend ein datiertes Online-Ticket. So werden Rückverfolgbarkeit und Kapazitätsmanagement sichergestellt. Zusätzlich zu den behördlichen Auflagen bietet das Resort seinen Gästen die Möglichkeit des kontaktlosen Bezahlers und hat über 120 Desinfektionsmittelpender an vielen Orten im Park installiert. Der ASB Heidekreis nutzt seit Mitte Mai den Busparkplatz des Resorts als Drive Through Testzentrum. Dies kam auch den Gästen des Heide Parks zugute, bevor die Testpflicht für den Park per 31. Mai entfiel. Am 13. Mai 2021 durfte dann auch das Abenteuerhotel des Resorts sowie am 28. Mai das Holiday Camp öffnen.

Das Team des Heide Parks blickt nun optimistisch in diese Saison. Alle Gäste sollten sich vor ihrem Besuch auf der Homepage des Parks über die Besuchsbedingungen informieren und ihr Ticket über den Ticketshop buchen.

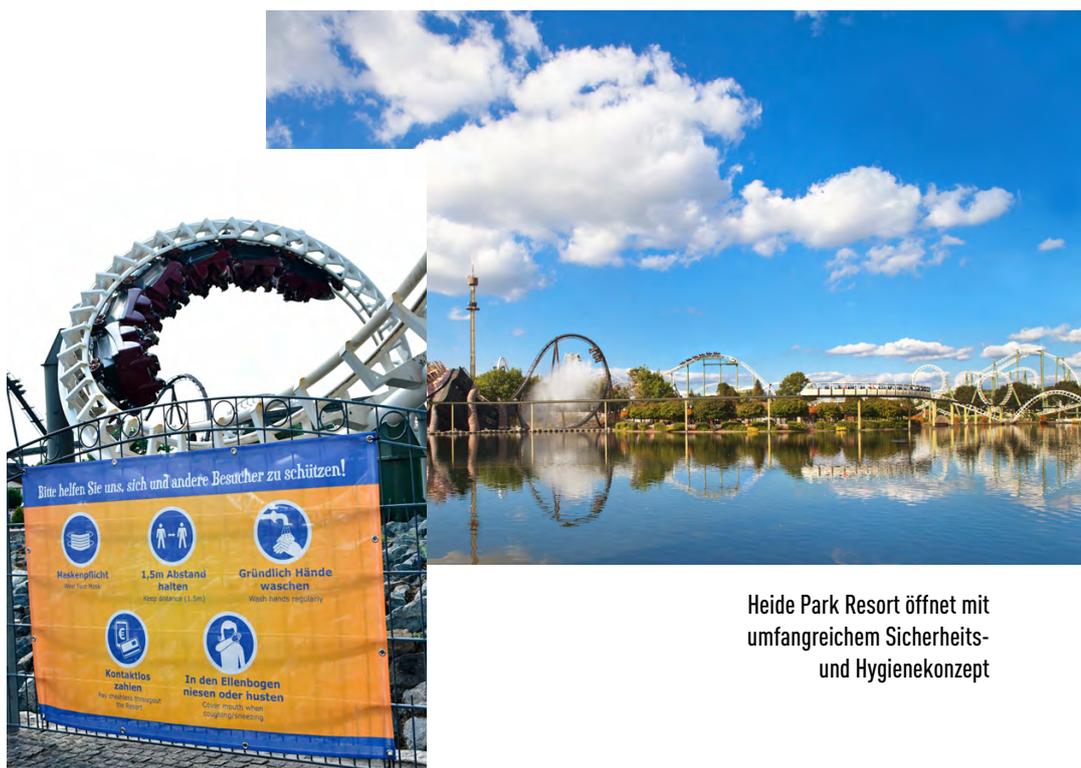
Alle Informationen zum Saisonstart, sowie den Maßnahmen zum Thema COVID-19 unter www.heide-park.de/aktuelles



KONTAKT

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

IHK-N-TOURISMUSNACHRICHTEN
SOMMER 2021



Heide Park Resort öffnet mit umfangreichem Sicherheits- und Hygienekonzept

IHK-SAISONUMFRAGE TOURISMUS

Dramatische Wintersaison im Oldenburger Land

Gastgewerbe und Reiseverkehrsgewerbe im Oldenburger Land blicken auf eine beispiellos dramatische Wintersaison (1. November 2020 bis 30. April 2021) zurück. Die Beherbergung bei zwingenden Dienstreisen, das Dauercamping und das Bewohnen eigener Ferienunterkünfte sowie der Außer-Haus-Verkauf in der Gastronomie waren seit dem 2. November noch erlaubt. Dementsprechend fällt die Bewertung der Geschäftslage aus: Fast alle Betriebe aus dem Gastgewerbe im Oldenburger Land bewerten die Lage als „schlecht“ und berichten, dass die Umsätze im Vergleich

zum Vorjahreszeitraum zurückgegangen sind. Durch die starken Einschränkungen im Reiseverkehr bleiben Buchungen aus: Mehr als 90 Prozent der befragten Unternehmen aus dem Reiseverkehrsgewerbe melden einen Stillstand der geschäftlichen Tätigkeit als Auswirkung der Covid-19-Pandemie. Weitere Folgen sind eine geringere Nachfrage (ca. 82 Prozent) und die Stornierung von Aufträgen (ca. 73 Prozent).

Weitere Ergebnisse:

www.ihk-oldenburg.de/saisonumfrage

2,7 MILLIONEN EURO FÜR HOTEL-NEUBAU IN OLDENBURG

Niedersachsens Wirtschaftsminister Dr. Bernd Althusmann hat im Mai 2021 einen Förderbescheid in Höhe von rund 2,7 Millionen Euro an die HIIVE Hotels Group für den Bau eines neuen Design-Hotels in Oldenburg überreicht. Insgesamt entstehen 33 neue Arbeitsplätze und zwei Ausbildungsplätze. Das HIIVE Hotel ist Teil einer „Mixed Used Immobilie“, einer Immobilie, in der neben dem Hotel auch Büro- und Wohnräume sowie Räume für Einzelhandel und Gastronomie entstehen. In dem über 4000 Quadratmeter großen Hotel sind neben einem Wellness- sowie Konferenz- und Tagungsbereichen 104 Zimmer, davon zehn barrierefrei, vorgesehen. Die Eröffnung ist für 2022 geplant.

Silke Fennemann, Geschäftsführerin der Oldenburg Tourismus und Marketing GmbH (OTM) zum geplanten Neubau: „Der Tourismus ist

mittlerweile ein wichtiger Wirtschaftsfaktor für unsere Stadt. Oldenburg ist als starker Wirtschafts- und Wissenschaftsstandort mit nationalen und internationalen Kontakten auch eine wichtige Adresse für Geschäftsreisende. Als kulturelles Oberzentrum, mit vielen Sehenswürdigkeiten und attraktivem Einzelhandel hält die Stadt auch für Freizeitreisende zahlreiche Kultur-Highlights bereit. Neue Kapazitäten sind wichtig und eine Bereicherung für unsere Stadt. Das Konzept des HIIVE Hotels für Oldenburg überzeugt und die Größe und der Standort sind angemessen und spannend. Vom Hotel aus sind sowohl die Innenstadt, der Hafen und der Bahnhof fußläufig erreichbar. Dass die Macher des Projektes innovative Konzepte beherrschen, haben sie bereits mit dem neu eröffneten CORE in der Heiligengeiststraße bewiesen.“

NÄCHSTE TERMINE FÜR NBANK-FINANZIERUNGSSPRECHTAGE

Sowohl zur Gründung als auch für die Erweiterung, Festigung und Nachfolge eines Unternehmens gibt es diverse öffentliche Finanzierungshilfen. Zusammen mit der NBank, Investitions- und Förderbank des Landes Niedersachsen, bietet die Oldenburgische IHK monatliche Finanzierungssprechtage in Olden-

burg an – telefonisch oder per Videoberatung. Melden Sie sich jetzt für eine kostenfreie individuelle Einzelberatung innerhalb des Sprechtags an. Die nächsten Termine finden statt am 30. Juni, 28. Juli und am 25. August 2021.

www.ihk-oldenburg.de (Nr. 16188865)



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

INTERVIEW

„Nur gemeinsam sind wir stark!“

Im Jahr 1879 gegründet, ist das Landidyll Hotel Gasthof zum Freden in Bad Iburg bis heute ein Familienbetrieb. Wir sprachen mit Geschäftsführer Heinz-Ludwig Eichholz. Der 57-Jährige setzt sich seit 2009 ehrenamtlich im IHK-Tourismusausschuss und seit 2014 in der IHK-Vollversammlung ein.



Investitionen trotz Pandemiezeit: Heinz-Ludwig Eichholz und Ehefrau Katrin.

Seit März 2020 erlebt speziell auch Ihre Branche eine enorm belastende Zeit. Wie beschreiben Sie die vergangenen 14 Monate?

Den Betrieb herunterfahren zu müssen, das war gerade in der ersten Welle ein großer Schock. Ein Hotel ist für uns ein Ort für Genuss, Austausch und Lebensfreude. Es so leer zu sehen, das tut jedem Gastgeber in der Seele weh. Insgesamt würde ich die bisherige Zeit als ein Auf und Ab beschreiben, in der wir gelernt haben, noch anpassungsfähiger zu werden und die wir genutzt haben, um umzudenken und schnell und flexibel zu handeln.

Sie gehören zu den Gastronomen, die kreative Angebote entwickelt haben, um den Kontakt zu den Gästen zu halten...

Das stimmt. Uns war schnell klar, dass wir das Hotel und Restaurant nicht komplett schließen werden. Mit der Manpower unserer Familie und unserer Auszubildenden haben wir Abholangebote geschaffen und später zum Wohnmobildinner eingeladen. Neue Wege sind wir auch mit unserem Food Truck und dem Verkauf von hausgemachten Leckereien unter der Marke ‚Genuss im Glas‘ gegangen. Mit Blick auf den Sommer 2020 war es schön zu sehen, dass die Nachfrage ungebrochen war und die Wertschätzung für unseren Service nach dem ersten Lockdown gestiegen ist.

Wie zufrieden sind Sie mit den politischen Entscheidungen? Was würden Sie sich von dieser Seite wünschen?

Grundsätzlich wünsche ich mir, dass wir es schneller schaffen, mit dem Virus zu leben. Mit Hygienekonzepten und Schnelltests können wir in der Gastronomie und Hotellerie ein sehr sicheres Umfeld schaffen. Wir stehen öffentlich unter dem Generalverdacht der erhöhten Übertragung. Das ist falsch und schädlich. Wir genießen seit 142 Jahren das Vertrauen unserer Gäste – wir verdienen es auch von der Politik. Als Gastgeber sind wir enttäuscht, weiterhin keine Perspektive geboten zu bekommen, mit der wir planen können.

Trotz fehlender politischer Perspektiven haben Sie investiert. In was genau?

Geschäftsreisen waren stets erlaubt. Tagungen sind es mittlerweile auch wieder. Daher haben wir kontinuierlich in Hygienemaßnahmen investiert und unser Hygienekonzept ausgebaut, um ein sicheres Umfeld für unsere Gäste zu schaffen. Größere Investitionen waren die Aufrüstung der Klimatechnik mit UV-C Filtern. Außerdem haben wir in Videotechnik investiert, um hybrides Tagen in unseren Konferenzräumen zu ermöglichen. Durch die Kooperation mit dem lokalen Testzentrum können wir sogar einen Antigentest für Tagungen anbieten.

Welche Tipps haben Sie für andere Gastronomen und Hoteliere?

Ein Tipp ist, sich in den verschiedenen Branchenverbänden wie der IHK und auch dem Dehoga zu engagieren. Denn nur gemeinsam sind wir stark!



KONTAKT

IHK Osnabrück-Emsland-
Grafschaft Bentheim
Anke Schweda
Telefon: 0541 353-210
schweda@osnabruock.ihk.de
www.osnabruock.ihk24.de

LEITFANDEN FÜR DAS GASTGEWERBE

Was ist eigentlich typisch Wattenmeer?

Watt Mooi – nicht nur schön, sondern auch etwas ganz Besonderes: das UNESCO-Weltnaturerbe Wattenmeer. Mit seiner dynamischen Landschaft und einzigartigen Biodiversität bietet es nicht nur unzähligen Tieren und Pflanzen einen Lebensraum. Im Vorgarten des Weltnaturerbes sind ebenfalls zahlreiche Gastgeberinnen und Gastgeber angesiedelt. Um der steigenden Nachfrage nach Urlaub und Freizeitaktivitäten in einer intakten Natur und den dazugehörigen Erwartungshaltungen gerecht zu werden, stehen Leistungsträgerinnen und Leistungsträger vor der Herausforderung auf neue Bedürfnisse der Gäste einzugehen: Individualität, regionale Authentizität und Qualität.

Dieser Kernaufgabe widmet sich ein neuer Leitfaden für Gastgeberinnen und Gastgeber im und am UNESCO-Weltnaturerbe Wattenmeer, den die Projektgemeinschaft des deutsch-niederländischen Förderprojektes INTERREG V A „Watten-Agenda 2.0“ entwickelt hat. Der Style Guide bietet ein großes Potpourri an Inspiration und Umsetzungsideen, um die Zugkraft des Weltnaturerbes für sich als Leistungsträger zu nutzen. „Mit dem Leitfaden möchten wir versuchen, unsere Identität zu diesem Schatz und unserer Heimat weiter zu stärken und Anreize für die Nachahmung zu schaffen, um diese besondere Destination auf allen Ebenen für den Gast erlebbar zu machen“, sagt Jonas Hinrichs, Projektmanager der Die Nordsee GmbH. In Zusammenarbeit mit Experten aus den Bereichen Innendesign, Gastronomie und Hotellerie, Nachhaltigkeit sowie der Agentur goldbutt communication gmbh, werden auf 34 Seiten Anregungen im Einklang mit dem Weltnaturerbe zu den Themen Wohnen und Einrichtung, regionale Produkte, Upcycling, Arrangements und vieles mehr präsentiert.

Zusätzlich zur Veröffentlichung des Leitfadens ist für den Herbst eine Veranstaltungsreihe geplant – ein Ausflug für interessierte Leistungsträgerinnen und Leistungsträger, bei der Innendesigner in beispielhaften Unterkünften oder gastronomischen Einrichtungen Tipps und Tricks zu Gestaltungselementen oder dem Farbspiel geben. „Mit dieser umsetzungsorientierten Tour möchten wir die Inhalte des Leitfadens aufgreifen und die durchgängige Kommunikation und Visualisierung des Weltnaturerbes in der Region stärken“, sagt Sonja Janßen, Geschäftsführerin der Die Nordsee GmbH.

In den kommenden Wochen wird der Leitfaden Gastgeberinnen und Gastgebern der Projektregion als gedrucktes Exemplar über die Tourist-Informationen zur Verfügung gestellt. Als digitale Version ist er schon jetzt online verfügbar:

www.watten-agenda.de/styleguide



IHK FÜR OSTFRIESLAND UND PAPENBURG



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

TOURISMUSPREIS BARRIEREFREI

Um die barrierefreie Tourismusentwicklung im Projektgebiet des INTERREG V A-Projektes „Watten-Agenda 2.0“ zu stärken, haben die Projektpartner der Watten-Agenda 2.0 erstmals einen grenzübergreifenden Tourismuspreis ausgeschrieben. Touristische Akteure können sich mit ihren geplanten, noch nicht umgesetzten Projektideen zur Verbesserung der barrierefreien Angebotsstruktur bewerben. Die Bewerbungsfrist für den grenzübergreifenden Tourismuspreis Barrierefrei wurde bis zum 7. Juli verlängert.

www.watten-agenda.de/tourismuspreis



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

AUSTAUSCH

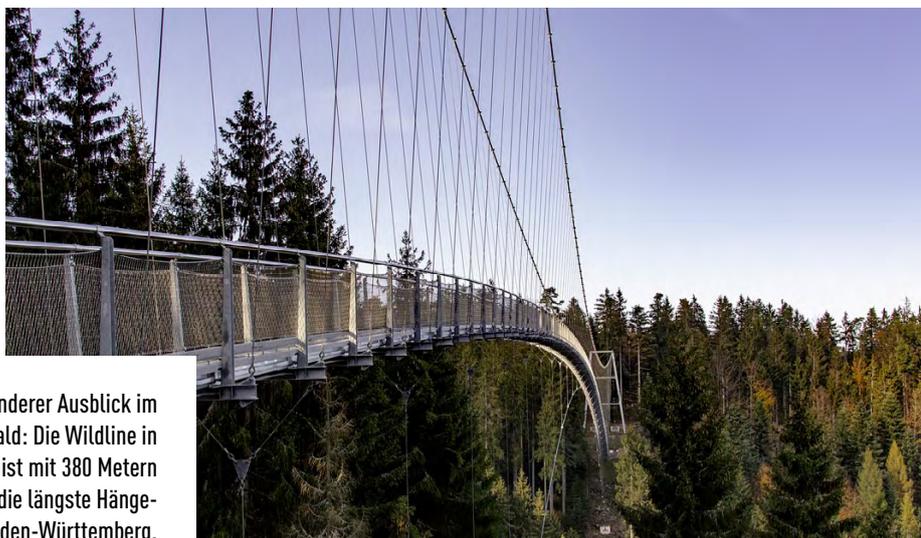
Touristiker der IHKs tagen erstmals gemeinsam virtuell

Premiere für die Unternehmer der Tourismus- und Veranstaltungsbranche im Nordschwarzwald und an der Nordseeküste: Erstmals haben die Branchenvertreter eine gemeinsame Tourismusausschusssitzung durchgeführt – natürlich auf digitalem Weg. „Uns trennen vielleicht knapp 700 Kilometer, aber viele Herausforderungen sind im Schwarzwald aktuell nicht anders als am Nordseestrand“, fasst Peter Wagner, Prokurist der Eberhardt Travel GmbH in Pforzheim und Vorsitzender des gemeinsamen Tourismusausschusses der Industrie- und Handelskammern Karlsruhe und Nordschwarzwald, die aktuellen Herausforderungen zusammen.

Im Mittelpunkt der Beratung standen die Grundlagen für einen Restart des Tourismus nach der langen pandemiebedingten Lockdown-Phase. „Als Querschnittbranche ist der Tourismus sowohl im Elbe-Weser-Raum als auch im Schwarzwald ein wichtiger Wirtschaftsfaktor. Drei Millionen Arbeitsplätze und über 100 Milliarden Euro Wertschöpfung hängen in Deutschland an der Tourismusbranche“, erklärt Wagner, „die gerade in ländlichen Regionen Infrastruktur schafft.“ Wichtig sei auch die Sicherung der Fachkräfte für die Branche. „Unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sind unser wichtigstes Kapital“, bekräftigt Hotelier Carsten Weber. „Ohne ihren Enthusiasmus und die vielen persönlichen Erlebnisse können wir unsere Stammgäste nicht immer wieder aufs Neue begeis-

tern und auch keine neuen Gäste von den vielfältigen Angeboten der Hotels und Restaurants in unseren Regionen überzeugen“, so Weber weiter. Durch die lange Schließungszeit seit Anfang November hätten viele Betriebe Beschäftigte an andere Branchen verloren. Der Fachkräftesicherung komme daher auch in Zukunft höchste Priorität zu. Schon im ersten Austausch der Unternehmen aus den beiden Tourismusregionen gab es erste Ideen zur Kooperation.

Weitere Themen der gemeinsamen Beratungen der Unternehmerinnen und Unternehmer waren die Erfahrungen mit internationalen Gästen und die Weiterbildungsangebote der Tourismusbranche. „Wir freuen uns auf einen Ausbau der Kooperation mit der Tourismusakademie Baden-Württemberg“, bekräftigt Carsten Weber für die norddeutschen Unternehmen. Bereits die erfolgreiche Zusammenarbeit beim hybrid durchgeführten Zertifikatslehrgang für angehende Camping- und Freizeitparkmanager Anfang 2020 hat das ungeheure Potenzial der gemeinsamen Zusammenarbeit aufgezeigt“, ergänzt Peter Wagner. Die Krise als Chance – mit neuen Ideen werden die Industrie- und Handelskammer im Südwesten und in Norddeutschland ihren Austausch fortsetzen.



Ein besonderer Ausblick im Schwarzwald: Die Wildline in Bad Wildbad ist mit 380 Metern Spannweite die längste Hängebrücke in Baden-Württemberg.

OLDENBURGER MÜNSTERLAND

Das Oldenburger Münsterland zählt zu den touristischen Geheimtipps in Niedersachsen. Warum es oftmals auch als „Region, die mit Abwechslung überzeugt“ bezeichnet wird und wie die Tourismusverantwortlichen die Entwicklung der Reiseregion vorantreiben, erfahren Sie in der Herbstausgabe der IHKN Tourismusnachrichten 2021.



LESERSERVICE

Abo bestellen unter

www.ihk-n.de/tourismusnachrichten

Finden Sie uns auf Facebook:

www.facebook.com/ihkntourismusnachrichten/

IMPRESSUM

Herausgeber:

IHK Niedersachsen (IHKN)

Königstraße 19, 30175 Hannover

Telefon: 0511 920 901 10

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/tourismusnachrichten

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 2021

Bildnachweise:

Titel: © Patrick Kösters, Seite 2: links © Campus Management GmbH, Mitte © Patrick Kösters, rechts © Landidyll-Hotel Gasthof zum Freden GmbH, Seite 3: © Henning Scheffen Photography – www.scheffen.de, Seite 4: © TMN – h & d zielske, Seite 6: © Campus Management GmbH, Seite 7: © Moin Future, Seite 8: © TALB, Seite 9: blackpencil, Artco (alle shutterstock.com), Seite 12: © TMN/Alex Kaßner, Seite 13: © shutterstock.com/Marta Sher, Seite 14: © Patrick Kösters, Seite 15: © Archiv Nordseebad Spiekeroog GmbH, Seite 16: Porträt und Dünenfigur: © Archiv Nordseebad Spiekeroog GmbH, Sonnenuntergang: © Patrick Kösters, Seite 18: © Florian Trykowski – floriantrykowski.de, Seite 19: Porträt © oh, rechts: © GMG, Seite 20: Porträt © Andrea Seifert Photography www.andreaseifert.de, Seite 21: Porträt © fotografarin Sandra Koenig, Bilder unten: links: © Nico Schimmelpfennig, rechts: © Heide Park Resort, Seite 22: Porträt © Imke Folkerts, Seite 23: oben: © Landidyll-Hotel Gasthof zum Freden GmbH, Porträt Mitte © Foto-Studio Effing, Seite 24: Porträt © Daniel Gebauer, Seite 25: Porträt © Andreas Friedrich, rechts unten © IHK Nordschwarzwald, Seite 26: © OM-Tourismus, 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)
Königstraße 19
30175 Hannover
Telefon: 0511 920 901 10
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

.....