

TOURISMUS NACHRICHTEN

IHK-N-TOURISMUSNACHRICHTEN
FRÜHJAHR 2022

Goslar stellt sich vor
„WO KAISER IHR
HERZ VERLIEREN“

Zahlen und Fakten
WIRTSCHAFTSFAKTOR
TOURISMUS

TOURISMUSTAG NIEDERSACHSEN

Die Branche trifft
sich in Goslar



Inhalt

Frühjahr
2022



AKTUELL

SEITE 4

**4 TOURISMUSTAG
NIEDERSACHSEN**
Die Branche trifft
sich in Goslar

6 NACHGEFRAGT
Experten und Expertinnen beim
Tourismustag stellen sich vor



ZAHLEN & FAKTEN

SEITE 12

12 SATELLITENKONTO
Tourismus als
Wirtschaftsfaktor

RUNDREISE

SEITE 14

**14 „WO KAISER IHR
HERZ VERLIEREN“**
Goslar im Porträt

MITTELSTAND DIGITAL

SEITE 17

17 DIGITALISIERUNG
Kostenfreie Unterstützung
für Unternehmen

IHK REGIONAL

AB SEITE 18

19 BRAUNSCHWEIG

20 HANNOVER

21 LÜNEBURG-WOLFSBURG

22 OLDENBURG

**23 OSNABRÜCK-EMSLAND-
GRAFSCHAFT BENTHEIM**

24 OSTFRIESLAND UND PAPENBURG

25 STADE FÜR DEN ELBE-WESER-RAUM



26 IMPRESSUM



Dr. Bernd Althusmann
Niedersächsischer Minister
für Wirtschaft, Arbeit,
Verkehr und Digitalisierung

www.ihk-n.de/tourismusanmeldungen

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

Die Reiselust kehrt zurück – und Deutschland ist ein gefragtes Ziel

Der Niedersachsentourismus ist eine Wachstumsbranche – normalerweise. Doch was ist schon normal in Krisenzeiten?! In den beiden vergangenen Jahren stellte die Corona-Pandemie die Branche vor große Herausforderungen. Und aktuell führen der Ukraine-Krieg, der uns alle fassungslos macht, und die damit verbundenen geopolitischen Spannungen zu unkontrollierbaren Variablen, die das Reisen teurer und komplizierter machen könnten.

Nach dem langen Lockdown im ersten Halbjahr 2021 gab es erst in der zweiten Jahreshälfte wieder Zuwächse im Inlandstourismus. Diese konnten die Gesamtverluste aber nicht ausgleichen. Und das, obwohl im August, September und Oktober nahezu niedersachsenweit höhere Übernachtungszahlen erreicht wurden als vor der Pandemie. Erst im November ist es gelungen, die Übernachtungszahlen aus 2020 insgesamt zu übertreffen. Im Vergleich zu 2019 lagen die Zahlen für 2021 bei Ankünften und Übernachtungen dennoch deutlich niedriger.

Um die Verluste der Branche abzufedern, haben Land und Bund umfangreiche Maßnahmen ergriffen. Das Niedersächsische Wirtschaftsministerium hat mit einem Sonderprogramm für Gastronomie und Tourismus branchenspezifische Schwerpunkte in dreistelliger Millionenhöhe gesetzt. Ziel ist, dass Niedersachsen mit seinem attraktiven Angebot stark aus der Corona-Krise hervorgeht, denn der Tourismus spielt als Wirtschaftsfaktor eine immens wichtige Rolle. Die Chancen sind da:

Seit Ausbruch der Pandemie befindet sich der Binnentourismus im Höhenflug. 72 Prozent der Bundesbürger planen in diesem Jahr einen Inlandsurlaub. 2019 lag dieser Anteil nur bei 39 Prozent. Die Deutschen nehmen ihre Heimat als ernsthafte Alternative zu fernen Reisezielen wahr – nicht nur wegen der Corona-Krise, sondern auch aus Klimaschutzgründen. Wie nachhaltiger Tourismus aussehen kann, hat der Sommer 2021 gezeigt. Die Zahl der Flugreisen und Kreuzfahrten ging drastisch zurück, die Nachfrage nach Wohnmobilen und Fahrrädern stieg: ein wichtiger Schritt in puncto CO₂-Bilanz.

Probleme über die Corona-Krise hinaus gibt es allerdings: Ich spreche vom Fachkräfte- und Personalmangel. Laut DEHOGA Niedersachsen fehlen in vielen Betrieben Köche, Reinigungs- und Servicekräfte. Und die nächste Herausforderung ist bereits da: Steigende Heiz-, Strom- und Transportkosten, die auf den Ukraine-Krieg zurückzuführen sind, schmälern die Gewinne.

Wir müssen gemeinsam an Lösungen arbeiten, um dem steigenden Bewusstsein für nachhaltiges und qualitatives Reisen gerecht zu werden – und wir brauchen gute Rahmenbedingungen, damit die Branche nicht nur für Gäste, sondern auch für Arbeitnehmer attraktiv bleibt.

Dr. Bernd Althusmann
Niedersächsischer Minister für Wirtschaft,
Arbeit, Verkehr und Digitalisierung

BRANCHEN-TREFF
IN GOSLAR

Tourismustag Niedersachsen

Unter dem Motto
„Von Neustart bis
Nachhaltigkeit – Tou-
rismus nach Corona“
diskutieren Touris-
mus-Macher Trends
und aktuelle Heraus-
forderungen beim
Tourismustag Nieder-
sachsen in Goslar.



GOSLAR



TOURISMUSTAG- INFORMATIONEN

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

Der Tourismustag Niedersachsen ist die zentrale Veranstaltung der Tourismusbranche in Niedersachsen und findet in diesem Jahr bereits zum 19. Mal statt. Die Veranstaltung wandert dabei durch die niedersächsischen IHK-Bezirke. Das Fachprogramm wird abgerundet durch eine Abendveranstaltung auf Einladung der Gastgeberstadt Goslar in Zusammenarbeit mit der GOSLAR Marketing gmbh.



KONTAKT

Kerstin Kontny
IHK für Ostfriesland und Papenburg
Telefon 04921 8901-48
kerstin.kontny@emden.ihk.de

Willkommen zum Tourismustag Niedersachsen im Weltkulturerbe Rammelsberg

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

Sie lesen die Tourismusnachrichten online? Dann bekommen Sie hier zumindest einen kleinen Appetithappen auf das, was Sie am 5. / 6. Mai 2022 in Goslar verpassen bzw. verpasst haben. Vielleicht bekommen Sie dann ja Lust, beim nächsten Tourismustag 2023 live dabei zu sein.

**BERICHTE UND IMPRESSIONEN
NACH DER VERANSTALTUNG ONLINE**
So oder so: Nach Abschluss der Veranstaltung finden Sie Berichte, Impressionen und Präsentationen unter www.tourismustag-niedersachsen.de

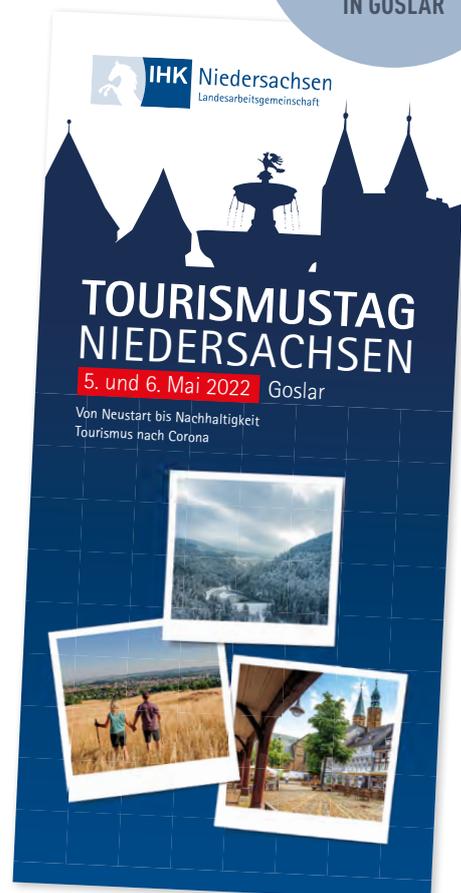
Ihre Ansprechpartnerin rund um den Tourismustag Niedersachsen:
Kerstin Kontny
IHK für Ostfriesland und Papenburg
Telefon: 04921 8901-48
kerstin.kontny@emden.ihk.de

VON NEUSTART BIS NACHHALTIGKEIT TOURISMUS NACH CORONA

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 die Themen Klimawandel und Nachhaltigkeit gewinnen für viele Betriebe ebenso wie für die Gäste immer mehr an Bedeutung. Welche Trends bleiben auch nach Corona und welche Chancen bietet die Krise für die Branche? Die IHK Niedersachsen lädt am 5. und 6. Mai 2022 zum 19. Tourismustag Niedersachsen nach Goslar ein, um diese Fragen zu diskutieren.

Wir – die IHK Niedersachsen und ihre Partner – wollen gemeinsam mit Ihnen über den Tellerrand hinausblicken. Wie stellen wir uns den aktuellen und künftigen Herausforderungen? Darüber wollen wir diskutieren, Fragen klären, Ideen entwickeln und Lösungen erarbeiten.

In sechs Fachforen werden Themen wie Besucherlenkung und Gesundheitstourismus, aber auch aktuelle Entwicklungen und Trends vertiefend diskutiert.

TOURISMUSTAG
NIEDERSACHSEN5. + 6. MAI
IN GOSLAR

Informationen unter
TOURISMUSTAG-NIEDERSACHSEN.DE

Referenten und Referentinnen beim Tourismustag Niedersachsen



DR. MAIK FISCHER

Niedersächsisches Staatsbad Pyrmont Betriebsgesellschaft mbH

» Die Auswirkungen der Corona-Pandemie sind Herausforderung und Chance zugleich. Eine verstärkte Inlandsnachfrage für Reisen und Erholungsurlaube kann für den Kurort von Vorteil sein und macht sich in den letzten Wochen mit ausgebuchten Hotels bereits bemerkbar. Die Pandemie hat außerdem ein neues Gesundheitsbewusstsein bei den Menschen geschaffen, für das das Staatsbad Pyrmont ein entsprechendes Angebotsportfolio zu bieten hat. Hinzu kommt, dass der Gesetzgeber seit Juni letzten Jahres die ambulante Badekur wieder als Pflichtleistung der Krankenkassen mit aufgenommen hat. Diese Maßnahme wird die Nachfrage nach Kuraufenthalten wieder steigern.«

Das Niedersächsische Staatsbad Pyrmont ist eine 100%-ige Tochter des Landes Niedersachsen mit über 70-jähriger Tradition und dem Leitsatz „Gesundheit und Lebensfreude“. Mittelpunkt der gesundheitlichen Leistungen ist die Klinik DER FÜRSTENHOF. Für ambulante Patienten steht das Gesundheitszentrum KÖNIGIN-LUISE-BAD zur Verfügung. Das Unternehmen betreibt außerdem die 5-Sterne-Wellness HUFELAND THERME und den Kurpark als Therapie- und Heilgarten sowie das Gesundheits- und Erlebnisprogramm.

THORSTEN GLASS

TourismusMarketing Niedersachsen GmbH

» Der touristischen Marktforschung sollte eine große Bedeutung beigemessen werden, da Zahlen und Marktforschungserkenntnisse immer die Grundlage für (strategische) Marketingentscheidungen bilden sollten und einen enormen Mehrwert bieten. Gleichzeitig wird es unabhängig von der Corona-Pandemie weiterhin in der Tourismusbranche darauf ankommen, den Gästen qualitativ hochwertige Produkte anzubieten, um ihnen einen komfortablen und unvergesslichen Urlaub zu beschern.«



Die TourismusMarketing Niedersachsen GmbH (TMN) ist der zentrale Ansprechpartner für den Tourismus in Niedersachsen. Gegründet wurde die Gesellschaft im Auftrag des Niedersächsischen Ministeriums für Wirtschaft, Arbeit, Verkehr und Digitalisierung im Jahr 2001. Die TMN ist eine hundertprozentige Landesgesellschaft, deren Hauptaufgabe die Entwicklung und Durchführung von Maßnahmen zur zukunftsorientierten Positionierung Niedersachsens im nationalen und internationalen Tourismuswettbewerb gemeinsam mit den regionalen Tourismusakteuren ist.



HARALD GMEINER

Alpenregion Tegernsee Schliersee KU (ATS)

» Der Fokus in vielen bayerischen Destinationen hat sich durch die Pandemie stark vom Marketing- und Produktentwicklungsaufgaben auf das Thema Besucherlenkung verändert. Ich verfolge aber auch interessiert die Entwicklungen des Tourismus im Norden unseres Landes.«

Die Alpenregion Tegernsee Schliersee KU (ATS) ist die Landkreistourismusorganisation des Landkreises Miesbach. Wir haben zehn Mitarbeiter und organisieren den Tourismus im Bereich Vermarktung, Produktentwicklung und Infrastrukturentwicklung. Darüber hinaus halten wir alle wesentlichen digitalen Systeme für die 17 Orte und ca. 1.200 Leistungsträger. 2,6 Mio Nächtigungen, ca. 750.000 Gästeankünfte.



NINA HIRTLER

Wangerland Touristik GmbH

» Der Tourismus in Niedersachsen hat sich vor allem dahingehend verändert, dass Gäste bewusstere Erlebnisse suchen, Rückzugsorte wünschen und kurzfristigere Angebote nutzen. Wir Anbieter mussten lernen kurzfristig zu reagieren. Die Digitalisierung auszubauen und zu nutzen ist ein wesentlicher Gewinn. Die große Herausforderung für die Branche ist das Thema Mitarbeiter. Kurzzeitig gesehen waren wir bestimmt Gewinner der Krise, jetzt heißt es, das in einen langfristigen Erfolg umzuwandeln.«

Die Wangerland Touristik GmbH ist der Tourismusbetreiber für die Region. Mit dem Nordseeheilbad Horumersiel-Schillig, dem Küstenbadeort Hooksiel und den Erholungsorten im Hinterland gehört es zu den führenden Urlaubsregionen an der Nordsee.

ANNETTE PAPIOR

Staatsbad Norderney GmbH

MARC KLINKE

Ostfriesische Inseln GmbH

» Die größte Herausforderung derzeit ist das fehlende Personal in allen Bereichen, welches coronabedingt in anderen Berufsfeldern untergekommen ist.«



Die Ostfriesische Inseln GmbH ist ein Zusammenschluss der sieben Inseln und der dazugehörigen Reedereien. Ziel ist es, die beliebte Urlaubsregion noch bekannter zu machen und sich als international führende Ferienregion zu etablieren. Die Ostfriesischen Inseln sollen als Ganzjahresreiseziel – mit den Schwerpunktthemen UNESCO-Weltnaturerbe Wattenmeer und Thalasso – noch stärker wahrgenommen werden.



KERSTIN KONTNY

IHK Niedersachsen

» Wie sehr der Tourismus in Niedersachsen von den Auswirkungen der Corona-Pandemie getroffen wurde, wird sich wohl erst noch zeigen. Eindeutig ist, dass es große Unterschiede gibt, beispielsweise zwischen Urlaubs- und Geschäftsreisen, Küste und Großstädten aber auch Gast- und Reisegewerbe. In vielen Bereichen haben sich Entwicklungen beschleunigt und Trends fortgesetzt. Daraus ergeben sich viele Herausforderungen, aber auch Chancen für den Tourismus in Niedersachsen.«

Die IHK Niedersachsen ist die Landesarbeitsgemeinschaft der sieben niedersächsischen Industrie- und Handelskammern. Sie vertritt rund 495.000 gewerbliche Unternehmen gegenüber Politik und Verwaltung und bringt die Interessen der Wirtschaft in die politische Debatte ein. Darüber hinaus unterstützen die IHKs die Unternehmen mit zahlreichen Serviceangeboten.

Referenten und Referentinnen beim Tourismustag Niedersachsen



JOACHIM KÖNIG

Hannover Congress Centrum

» Die Corona-Pandemie hat zum einen deutlich gezeigt, dass erfolgreiche Arbeit und Entwicklung unverschuldet ohne eigene Handlungsmöglichkeiten in kürzester Zeit zunichte gemacht werden kann. Vorsorgliche Alternativkonzepte mit breiterer Angebotsaufstellung und Risikostreuung mit Absenkung einseitiger Abhängigkeiten, mit freiwilliger zusätzlicher Rücklagenbildung könnte dort, wo es möglich ist, ein sinnvoller Lerneffekt sein. Darüber hinaus war und ist Corona an vielen Stellen ein leider hochwirksamer Katalysator für die Zuspitzung von Problemen, die auch vor Corona bereits vorhanden und erkannt, allerdings nur sehr bräsig und lustlos bearbeitet und vorangetrieben wurden. Hier ist die Herausforderung sehr schnell eine zwingend erforderliche Aufholjagd mit allen verfügbaren Mitteln zu initiieren.«

Das Hannover Congress Centrum (HCC) ist das größte messeunabhängige Veranstaltungszentrum in Deutschland mit einer über 100-jährigen Tradition und insgesamt 23.000 m² Raum- und Veranstaltungsfläche und mehr als 13.000 Plätzen sowie 1000 – 1200 Veranstaltungen pro Jahr (vor Corona). Dabei ist der historische Kuppelsaal des HCC der größte klassische Konzertsaal Deutschlands.

UTE MUSHARDT

Nordseeferienhöfe Mushardt

» Der Niedersachsentourismus konnte an dem Trend zum Deutschlandtourismus partizipieren. Mit den vielen Qualitätsangeboten im ländlichen Raum konnten wir punkten und dem Anspruch nach Individual-Tourismus – abseits des Mainstreams – viele Urlauber mit den vielfältigen Aktivitätsmöglichkeiten, wie Wandern, Radfahren, Reiten und Wassersport und der besonderen regionalen Kulinarik begeistern und überzeugen. Jetzt gilt es, diese neuen „Gäste“ auch in der Zukunft mit attraktiven Angeboten zum Wiederholen zu animieren. Die größten Herausforderungen sind die Gewinnung begeisterter Fachkräfte und die Digitalisierung, gerade im ländlichen Raum. Auch das Baurecht im Außenbereich und der Generationswechsel bei familiengeführten Unternehmen sind immer wieder besondere Aufgaben.«



Die Nordseeferienhöfe in der Region Cuxhaven/Otterndorf bieten 50 Urlaubsbetten in Ferienwohnungen und -häusern an. Mit einer 3 bis 4 Sterne DTV-Klassifizierung, Bauernhof-Gütesiegeln und der Auszeichnung als Nationalparkpartner-Betrieb begeistern wir viele Urlaubsgäste mit unseren nachhaltigen Qualitätsangeboten.



DR. ROLAND PIETSCH

Nationalpark Harz

» Den Trend zum Urlaub im eigenen Land ebenso wie eine Rückbesinnung auf die Werte der Natur haben wir im Nationalpark Harz anhand steigender Gästezahlen deutlich erfahren. Wir freuen uns, dass immer mehr Menschen das Draußensein und die Natur wieder für sich entdecken. Gleichzeitig stellt uns dies vor die große Herausforderung, den z. T. unerfahrenen Naturnutzern Verhaltensregeln zu vermitteln, die uns auch in Zukunft diese Natur noch genießen lassen und die große Artenvielfalt im Nationalpark auch als wichtiger touristischer Magnet der Region sichert.«

Der länderübergreifende Nationalpark Harz schützt eine einzigartige Mittelgebirgslandschaft mit Wäldern, Mooren und Fließgewässern auf rund 25.000 Hektar. Als einer der größten Waldnationalparke Deutschlands ist er darüber hinaus ein attraktives touristisches Ziel, um Natur und Wildnis zu erleben. Erholung und Bildung im Einklang mit der Natur und den vielfältigen regionalen Akteuren zu gestalten, ist unser Ziel. Zudem ist der Nationalpark Harz eine überregional anerkannte wissenschaftliche Institution.



MARTIN POHL

Niederländisches Büro für Tourismus & Conventions (NBTC)

» Bereits im Jahr 2018/2019 wurde in den Niederlanden die nationale Vision „Perspektive 2030“ entwickelt. Im Mittelpunkt stehen hierin die nachhaltige Entwicklung der Niederlande als Reiseziel und die sich verändernde Rolle des Tourismus. Eine nachhaltige Entwicklung erfordert einen neuen Ansatz, bei dem die gemeinsamen Interessen von Besuchern, Unternehmen und Einwohnern im Vordergrund stehen. Am Festhalten dieser Vision hat die Pandemie nichts verändert – vielmehr hat sich gezeigt, dass ein über viele Sektoren verbindender Ansatz wichtiger denn je ist bei der Überwindung der anstehenden Herausforderungen.«

Als nationale Destinationsmanagement-Organisation der und für die Niederlande entwickelt das Niederländische Büro für Tourismus & Conventions (NBTC) eine nationale Vision des Tourismus, die auf relevantem Wissen und Erkenntnissen basiert. Auf der Grundlage dieser Vision inspirieren, verbinden und unterstützen wir Städte, Regionen, Unternehmer und andere Interessengruppen in und um das Zielgebiet der Niederlande. Zum Wohle unseres Landes als lebenswertes, beliebtes und wertvolles Reiseziel für Einwohner, Besucher und Unternehmen.

CAROLA SCHMIDT

Harzer Tourismusverband (HTV)

» Der Tourismus in Niedersachsen hat in der Corona-Krise gezeigt, wie professionell er mit veränderten Rahmenbedingungen umgeht. Mit Mut, Kreativität und Flexibilität sollten wir uns nun auch den Herausforderungen der Zukunft stellen und die damit verbundenen Chancen nutzen.«



Der Harzer Tourismusverband (HTV) ist die touristische Destination Management Organisation für den gesamten Harz. Der Verband existiert seit 118 Jahren und agiert seit 1990 wieder länderübergreifend für das Harzgebiet, welches sich über drei Bundesländer und sechs Landkreise erstreckt.



JAN STEFFEN

eto Personalmarketing GmbH

» Das gute und nachhaltige Tourismusmarketing des Landes Niedersachsen sichert seit jeher einen Platz im oberen Drittel der beliebtesten Destinationen in Deutschland. Um der Fachkräfteabwanderung aus den Bereichen Hotellerie, Gastronomie und Tourismus im Allgemeinen entgegenzuwirken, muss sich jeder einzelne Betrieb als guter Arbeitgeber behaupten. Gleichmaßen sollten auch die Destinationen mit ehrlichen und zielgruppengerechten Angeboten um die Fachkräfte werben.«

Jan Steffen ist Geschäftsführender Gesellschafter bei der eTo Personalmarketing GmbH. eTo steht für „escape The ordinary“ und hat sich zur Mission gemacht, die Kunden genau dabei zu unterstützen. Es werden altbewährte HR- und Recruiting-Methoden mit neuen Ansätzen verbunden, dabei bleibt der Mensch immer im Fokus. Ursprünglich kommt Jan Steffen aus der Touristik, was die Nähe zu den Kunden zusätzlich verstärkt, da er genau nachvollziehen kann, in welchen Situationen sie sich befinden.

Referenten und Referentinnen beim Tourismustag Niedersachsen



MARKUS STOLZ
METRO AG

» Eine Innenstadt ohne funktionierende HoReCa-/Gastro-Struktur ist wie ein Fischbrötchen ohne Fisch. Nur ein gutes, gleichberechtigtes Zusammenwirken von Handel, Gastro, Kultur und Immobilienwirtschaft schafft eine gute Basis für attraktive, frequenzbringende Räume. In den Ergebnissen der METRO-Innenstadtstudie aus 2021 wurde deutlich, dass die Gastronomie ein elementarer Faktor für lebendige Innenstädte in diesem „magischen Viereck“ ist. Lassen Sie uns das gemeinsam umsetzen.«

METRO ist ein führender internationaler Großhändler mit Food- und Non-Food-Sortimenten, der auf die Bedürfnisse von Hotels, Restaurants und Caterern sowie von unabhängigen Händlern spezialisiert ist. Die weltweit über 17 Millionen METRO Kunden profitieren vom Multichannel-Mix des Großhandelsunternehmens. So können Kunden zwischen dem Einkauf in einem der großflächigen Märkte vor Ort oder der Belieferung (Food Service Distribution, FSD) wählen – alles digital unterstützt und verbunden. Parallel entsteht mit METRO MARKETS ein internationaler Online-Marktplatz für die Bedürfnisse von professionellen Kunden.

BABETTE SUHR

Lüneburger Heide GmbH

» Unserer Meinung nach steigt die Akzeptanz und die Wertschätzung des Tourismus in der Bevölkerung, weil viele ihre eigene Region im Lockdown entdeckt und für erlebenswert befunden haben. In Zukunft ist eine deutlich höhere Flexibilität in allen Bereichen notwendig. Ein „weiter so“ wird es – schon wegen der angespannten Personalsituation – nicht geben. Was wir nun dringend benötigen, sind neue Konzepte.«



Die Lüneburger Heide GmbH ist Dachmarkenorganisation und fachliche Interessenvertretung der touristischen Leistungsträger für die Region, die insgesamt fünf Landkreise (Heidekreis, Harburg, Lüneburg, Uelzen, Celle) umfasst. Sie versteht sich für ihre Partner als „überregionaler Netzwerker“ (auch bundesweit), als Informations-, Kommunikations- und Wissenspool. Die Gesellschaft verfolgt den Zweck, den Tourismus in der Region zu fördern sowie den Bekanntheitsgrad der Destination Lüneburger Heide zu erhöhen.



INES UTECHT

Bad Bevensen Marketing GmbH

» Viele touristische Themen, die unter Corona wichtiger denn je geworden sind, stehen im Einklang mit den Stärken der niedersächsischen Heilbäder – Gesundheit, Aktivitäten in der Natur, präventiv „kururlauben“ uvm. Diese Stärken weiterhin deutlich hervorzukehren und in den digitalen Wandel mit einzubeziehen, ist Aufgabe und Chance zugleich.«

Die Bad Bevensen Marketing GmbH verantwortet das Tourismus- und Citymarketing für Bad Bevensen, das Mineralheilbad der Lüneburger Heide. Das Unternehmen betreibt zwei Tourist Informationen sowie das Kurhaus mitsamt Veranstaltungs- und Tagungswesen.



MARINA VETTER

GOSLAR marketing gmbh

» Der Tourismus in Niedersachsen steht aufgrund der Pandemieauswirkungen auch weiterhin vor einer großen Herausforderung, die umso größere Chancen mit sich bringt. Es bedarf einer effektiven Standortförderung und eines wirksamen Marketings der verantwortlichen Leistungsträger, um zum Erhalt und zur nachhaltigen Förderung des Reiseverkehrs im Sinne aller touristischen Akteure der Gesamtdestination beizutragen.«

Als Tochtergesellschaft der Stadt Goslar hat die GOSLAR marketing gmbh (GMG) den Auftrag, die UNESCO-Weltkulturerbestadt strategisch und zukunftsorientiert gegenüber Bürgern und Touristen als attraktive Destination in Balance aller innenstädtischen Funktionen, insbesondere der wirtschaftlichen, kulturellen und freizeitgestalterischen Einrichtungen sowie im Einklang mit den geschichtlichen Werten der Stadt zu vermarkten.

ROBERT WENZEL

TourismusMarketing
Niedersachsen GmbH

» Die Corona-Pandemie hat uns allen deutlich gezeigt, wie empfindlich die Reisebranche gegenüber Krisen reagiert. Auch der Klimawandel birgt ein hohes Krisenpotential für den Tourismus. Im Gegensatz zur Corona-Pandemie haben wir aber jetzt noch die Chance, den Auswirkungen rechtzeitig und strategisch entgegenzutreten. Hierfür soll unser gemeinsam mit dem niedersächsischen Wirtschaftsministerium begonnenes Projekt „Klimawandel anpacken – Anpassungsstrategien für den Tourismus in Niedersachsen“ einen wichtigen Beitrag leisten.«



Die TourismusMarketing Niedersachsen GmbH (TMN) ist der zentrale Ansprechpartner für den Tourismus in Niedersachsen. Gegründet wurde die Gesellschaft im Auftrag des Niedersächsischen Ministeriums für Wirtschaft, Arbeit, Verkehr und Digitalisierung im Jahr 2001. Die TMN ist eine hundertprozentige Landesgesellschaft, deren Hauptaufgabe die Entwicklung und Durchführung von Maßnahmen zur zukunftsorientierten Positionierung Niedersachsens im nationalen und internationalen Tourismuswettbewerb gemeinsam mit den regionalen Tourismusakteuren ist.



PROF. DR. HARALD ZEISS

Hochschule Harz

» Nachhaltiger Tourismus ist nicht eine Frage des „ob“ sondern des „wie“. Beim „wie“ sind wir noch ganz am Anfang und müssen viel schneller werden, um die Herausforderungen der Zukunft meistern zu können.«

Das Institut für nachhaltigen Tourismus ist seit 2012 ein An-Institut der Hochschule Harz in Wernigerode. Wir forschen, beraten und begutachten für Leistungsträger, Behörden und andere Organisationen der Tourismusbranche zu den Themen Nachhaltigkeit im Tourismus, Reiseverhalten und Entwicklungen mit Berücksichtigung sozialer und ökologischer Aspekte.

ZAHLEN UND FAKTEN

TOURISMUS-SATELLITENKONTO

DIE WIRTSCHAFTLICHE BEDEUTUNG DES TOURISMUS IN ZAHLEN

Reisen in Niedersachsen ist vielfältig. Der Wanderurlaub im Harz, der Wochenendtrip an die Küste, der Ausflug in einen Freizeitpark oder der Restaurantbesuch in einer der malerischen Städte – all diese Facetten bilden den niedersächsischen Tourismus ab.

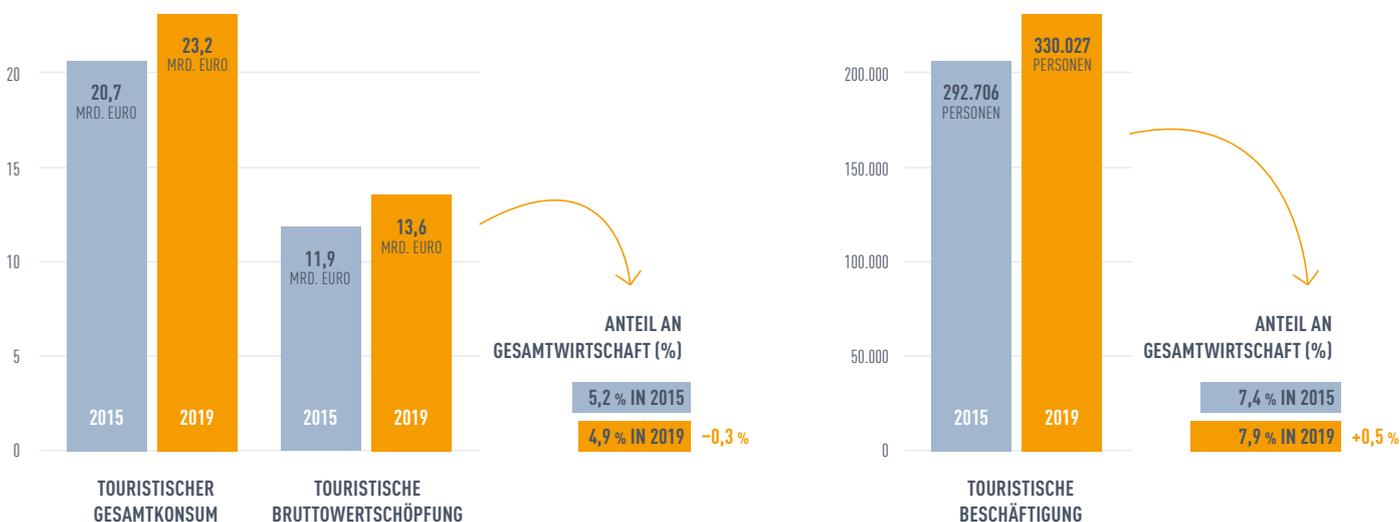
Auch 46 Mio. registrierte Übernachtungen in Niedersachsen im Jahr 2019 spiegeln die Beliebtheit der niedersächsischen Reise-regionen wider. Diese alleinige Betrachtung der Übernachtungszahlen ist zwar aufschlussreich, bildet aber nicht die enorme wirtschaftliche Bedeutung der Tourismusbranche ab.

An dieser Stelle erklärt sich die Wichtigkeit des Tourismus-Satellitenkontos (TSA). Mit Hilfe dieser international anerkannten wirtschaftsstatistischen Methodik wird ein umfassender Überblick über tourismuswirtschaftliche Kennziffern geliefert.

Die Besonderheit am TSA liegt in der vollständigen Kompatibilität zur amtlichen Wirtschaftsstatistik und der Vergleichsmöglichkeit des Tourismus mit anderen Wirtschaftszweigen oder auch Bundesländern.

Mit der aktuellen Analyse wurde eine erste TSA-Studie aus 2015 fortgeschrieben. Dadurch kann neben der tatsächlichen Größe der entscheidenden Kennzahlen auch deren Entwicklung zwischen 2015 und 2019 abgebildet werden.

ENTWICKLUNG DER TOURISMUSWIRTSCHAFT IN NIEDERSACHSEN (2015 UND 2019)



23,2 MRD. EURO

Die Tourismuswirtschaft in Niedersachsen hat eine ökonomisch hohe Bedeutung. Insgesamt wurden Güter und Dienstleistungen im Wert von 23,2 Mrd. Euro nachgefragt.

13,6 MRD. EURO

Die Bruttowertschöpfung erreichte 2019 in absoluten Zahlen ihren bisherigen Spitzenwert.

KONSUMAUSGABEN

Der Großteil der Konsumausgaben im Jahr 2019 wurde durch Touristinnen und Touristen aus Niedersachsen getätigt.

Thorsten Glaß (TMN) wird die Ergebnisse beim Tourismustag Niedersachsen präsentieren:
6. Mai 2022 ab 09:15 Uhr:

**Die ökonomische Bedeutung
der Tourismuswirtschaft**

Ergebnisse des zweiten Tourismus-Satellitenkontos für Niedersachsen

Weitere Ergebnisse des TSA finden Sie hier:
nds.tourismusnetzwerk.info/inhalte/marktforschung/

330.000 BESCHÄFTIGTE

Die Beschäftigung erreichte 2019 in absoluten Zahlen ihren bisherigen Spitzenwert.



Der Beschäftigungseffekt (7,9 %) übersteigt den Bruttowertschöpfungseffekt (4,9 %) deutlich.



In der Tourismuswirtschaft ist zwischen 2015 und 2019 ein leichtes nominales Wachstum festzustellen. Damit setzt sie sich gegenüber anderen starken Wirtschaftsbranchen in Niedersachsen durch.

Rundreise durch Niedersachsen

Niedersachsen hat viele Gesichter! Die Tourismusnachrichten porträtieren in jeder Ausgabe eine andere Destination. In dieser Ausgabe stellt sich die Kaiserstadt Goslar vor.



GOSLAR



Kaiserstadt Goslar

„Wo Kaiser ihr Herz verlieren“

Die Kaiserstadt Goslar weist durch ihre Lage am Harzrand und die facettenreiche Gewerbe- und Industrielandschaft das Alleinstellungsmerkmal der wichtigsten Einkaufsstadt im Westharz auf und zeichnet sich durch eine hohe Wohn- und Aufenthaltsqualität seiner 50.000 Einwohner aus. Mit dem heilklimatischen Kurort Hahnenklee wird zudem ein Naturpendant zur Kernstadt geboten. Inmitten von Fachwerkhäusern und Museen entdeckt man eindrucksvolle Sehenswürdigkeiten und historische Bauwerke, welche auf die bedeutende Rolle Goslars im Mittelalter verweisen und der Stadt durch ihre Kombination aus Kultur und Natur die einzigartige Atmosphäre geben. Neben dem Erzbergwerk Rammelsberg wurden die Oberharzer Wasserwirtschaft und die historische Altstadt als UNESCO-Weltkulturerbe anerkannt, was Goslar den imageprägenden Status einer dreifachen Welterbestadt verleiht. Mit dem historischen Rathaus, das in seinen Räumen die Tourist-Information und auch das Welterbeinfozentrum beherbergt, eröffneten zum 24.04.22 neue Attraktionen, die das Angebot der Stadt zusätzlich bereichern.



Mit dem Erzbergwerk Rammelsberg, der Oberharzer Wasserwirtschaft und der historischen Altstadt ist Goslar gleich dreifache UNESCO-Welterbestadt.

TOURISMUSENTWICKLUNG

Die Tourismuswirtschaft ist in Goslar überdurchschnittlich ausgeprägt, sodass die Destination mit jährlich über 776.000 Übernachtungen und mehr als 5,5 Mio. Tagesgästen (Stand 2019) zu den meistbesuchten Orten Niedersachsens gehört. Obwohl der Reiseverkehr pandemiebedingt zwischenzeitlich fast gänzlich zum Erliegen kam, konnte Goslar besonders im wachsenden Inlandstourismus profitieren und in den Sommermonaten 2020 und 2021 Rekordzahlen in der Übernachtungsstatistik verzeichnen.

DIE GOSLAR MARKETING GMBH

Als Tochtergesellschaft der Stadt Goslar hat die GOSLAR marketing gmbh (GMG) den Auftrag, die Weltkulturerbestadt gegenüber Bür-

gern und Touristen als attraktive Destination zukunftsorientiert und im Einklang mit den geschichtlichen Werten der Stadt zu vermarkten. Die strategischen Handlungsfelder der GMG lassen sich in vier wesentliche Bereiche gliedern. So gelten die Umsetzung und Förderung von Maßnahmen zum Bürger-, Standort-, Kultur- und Tourismusmarketing als elementare langfristige Gesellschaftsziele.

GOSLAR IST GUT

Die Abhängigkeit vom Reiseverkehr zeigte sich besonders in den Auswirkungen der Coronapandemie auf die touristische Leistungskette. Nachdem der Tourismus fast gänzlich eingebrochen war, startete die GMG mit einer auf Inlandsurlauber ausgerichtete Wiedereinstiegskampagne in die Tourismussaison. Nach dem Motto „Goslar ist Gut“ wurden lokale Attraktionen und die Vielfalt des Standorts präsentiert und durch gefühlsbetonte Impressionen mit #meingoslar in den sozialen Netzwerken in Szene gesetzt. Parallel zur Videoreihe wurden Motive mit G-Wörtern, passend zur Stadt, produziert und mit Radiowerbung konnte die Umgebung und der Norden Deutschlands mit 16 Mio. Hörerkontakten effektiv erreicht werden. Die Wirksamkeit der

Kampagne zeigt sich im steigenden innerdeutschen Tourismus, der zeitweise Wachstumsraten von bis zu 45 Prozent aufweisen konnte. Durch eigens produzierte Image-Videos im Sinne des von der GMG geschaffenen digitalen Angebots „lokal kaufen“ und begleitende Bürgerbeteiligungsaktionen wird Reichweite generiert und Frequenz in der Innenstadt erzeugt. Als kaufkraftbindendes Instrument findet hier der „Goslar Einkaufsgutschein“, ein von der GMG eingeführtes stadtübergreifendes Gutscheinsystem mit über 80 teilnehmenden Betrieben, Berücksichtigung.

KULTURMARKETING UND VERANSTALTUNGEN

Neben dem Paul-Lincke-Ring, einer Auszeichnung für Musiker im deutschsprachigen Raum, wird jährlich der Goslarer Kaiserring, ein international renommierter Kunstpreis der Stadt verliehen, der, ergänzt durch eine breite Palette künstlerischer Angebote, die hohe Kunstaffinität Goslars zeigt. Der Standort bietet neben einem Veranstaltungsrepertoire der klassischen Musik ein Event-Portfolio aus Stadt- und Kostümführungen sowie Großveranstaltungen wie Walpurgis, Kunsthandwerkermärkten oder dem Altstadtfest. Der Weihnachtsmarkt mit Weihnachtswald zieht zudem jährlich tausende Besucher an und erzeugt dabei Werbeeffekte weit über Niedersachsen hinaus.

STADTJUBILÄUM

Für das Festjahr setzt sich die GMG überaus ambitionierte Ziele im Hinblick auf die Bindung von Gästen und die nachhaltige Stand-

ortförderung Goslars. Unter dem Motto „Wo Kaiser ihr Herz verlieren“ soll der Geburtstag das ganze Jahr über in der Stadt zu spüren sein. So wird das Jubiläumsjahr die Geschichte Goslars darstellen, aber auch zukunftsweisend für die kommenden Jahre sein. Für die erste Highlight-Veranstaltung des Jubiläumsjahres wird die Kaiserpfalz zur Kulisse für ein Video-Mapping, wodurch Goslar im Frühjahr eine ganz besondere Atmosphäre verliehen wird. Der große Festumzug im Juli wird die Besucher mit auf eine Zeitreise durch 1100 Jahre nehmen und zeigen, wie die Goslarer Geschichte lebendig wird. Wie facettenreich Städtepartnerschaften sind, soll eine musikalische Choreographie in Form einer internationalen Musikinszenierung auf beeindruckende Art und Weise präsentieren. Im September feiert Goslar mit der zentralen Jubiläumsveranstaltung den Höhepunkt des Festjahres. So bietet das Event ein Zusammenkommen der Vereinslandschaft und zahlreicher Unternehmen, ein Zusammensein aller Altersgruppen sowie Programmpunkte mit einer inhaltlichen Bandbreite von Fachvorträgen, Kultur, Geschichte über Kunst, Musik, und Genuss. Das Jahr wird durch viele weitere Aktionen und bekannte Formate komplettiert. Mit einem großen Feuerwerk für die Stadt soll das Geburtstagsjahr seinen glänzenden Abschluss finden. Auch und vor allem Menschen prägen eine Stadt und ihre Geschichte, geben der Stadt ein Gesicht und bekommen im Gegenzug ein lebens- und liebenswertes Zuhause. Also feiert Goslar das Jahr über genau mit den Menschen, die sich für Goslar als Wohn- oder Urlaubsort entschieden haben.



KONTAKT

Marina Vetter
Geschäftsführerin

GOSLAR marketing gmbh
Tourist-Information Goslar
Markt 7, 38640 Goslar
Telefon 05321-78060
Fax 05321-780655
E-Mail: marketing@goslar.de
www.goslar.de

 **GOSLAR**
marketing gmbh


**WO KAISER IHR
HERZ VERLIEREN**
STADTJUBILÄUM GOSLAR 922-2022

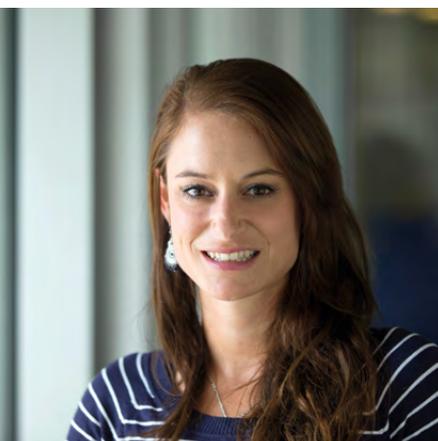
Sie würden Ihre Destination gerne in einer der nächsten Ausgaben sehen? Dann melden Sie sich bei der Tourismuskorrespondenz-Redaktion unter kerstin.kontny@emden.ihk.de



Bei Interesse sowie bei Fragen wenden Sie sich gerne an:



Natalie Schwarz
Mittelstand-Digital Zentrum
Hannover – Mit uns digital!
Kordinatorin Einstieg & Vernetzung
Telefon: 0152 08326 416
E-Mail: schwarz@mitunsdigital.de



Athena van Renen
Mittelstand-Digital Zentrum
Hannover – Mit uns digital!
Kordinatorin Einstieg & Vernetzung
Telefon: 0160 9720 5193
E-Mail: renen@mitunsdigital.de

DIGITALISIERUNG

Mittelstand-Digital Zentrum Hannover bietet kostenfreie Unterstützung

Das Mittelstand-Digital Zentrum Hannover unterstützt Unternehmen bei der Digitalisierung. Als Kooperationspartnerin und Vertreterin der IHK Niedersachsen (IHKN) koordiniert die IHK Lüneburg-Wolfsburg Vorträge, Workshops und Webinare für die niedersächsische Wirtschaft. Ob Künstliche Intelligenz, Digitalisierung in den Betriebsabläufen oder IT-Sicherheit: Das Mittelstand-Digital Zentrum Hannover bietet Unternehmen kostenfreie Unterstützungsangebote.

Das Mittelstand-Digital Zentrum in Hannover gehört zum Mittelstand-Digital-Netzwerk. Damit unterstützt das Bundesministerium für Wirtschaft und Klimaschutz die Digitalisierung in kleinen und mittleren Unternehmen, darunter auch in der Gastronomie.

Digitale Lösungen unterstützen Gastronomiebetriebe bei ihren Arbeitsabläufen. Dadurch kann trotz des Fachkräftemangels mehr Zeit für die Gäste geschaffen und ein großartiger Service angeboten werden. Doch nicht nur die betrieblichen Prozesse profitieren. Die Digitalisierung bringt auch neue Möglichkeiten für Gäste. So können diese einfach und zu jeder Zeit einen Tisch reservieren, die interaktive Speisekarte erkunden oder ein Angebot für eine Veranstaltung einholen.

Gastronominnen und Gastronomen müssen das Rad nicht neu erfinden. Viele Lösungen sind bereits am Markt verfügbar. Das Mittelstand-Digital Zentrum Hannover stellt in seinen Gastro 4.0 Workshopangeboten beliebte digitale Tools vor, welche die Betriebe unterstützen können. Über ebenfalls kostenfreie Firmengespräche können im persönlichen Austausch individuelle Herausforderungen sowie Verbesserungspotenziale erschlossen und Handlungsfelder für das Unternehmen aufgezeigt werden.

Beispiele für den Einsatz etablierter Digitalisierungslösungen bietet das Webinar „Digitalisierung in der Gastronomie“ am 12. Juli 2022. Fortgeschrittene dürfen sich auf den Workshop „Gastronomie 4.0.“ am 30. August 2022 in Garbsen bei Hannover freuen. Gerne informiert das Mittelstand-Digital Zentrum Hannover auch auf dem Tourismustag Niedersachsen in Goslar über die Unterstützungsangebote für die Gastronomie. Gemeinsam entwickeln wir neue Ideen und Möglichkeiten der Digitalisierung.

Weitere Informationen zu den Zentrumsangeboten und zum Thema Gastronomie gibt es unter digitalzentrum-hannover.de



AKTUELLES AUS
DEN IHK-BEZIRKEN

IHKN Regional

A scenic photograph of a park. In the center, a fountain sprays water upwards into the air. The fountain is surrounded by a pond. In the background, there is a large, light-colored building with many windows. The foreground is filled with lush green grass and several large, dark rocks. The trees are dense and have bright yellow flowers hanging from their branches. The sun is shining through the trees, creating a bright, warm atmosphere.

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

ZUKUNFT DES HARZES

Wirtschaftsforum Harz 2022 erstmals in Goslar

Am 10. November 2022 soll das siebte Wirtschaftsforum Harz in der Goslarer Kaiserpfalz stattfinden. Und damit wechselt dieses erfolgreiche Veranstaltungsformat erstmals nach Niedersachsen. Das Ziel besteht darin, zukünftig eine Wirtschaftskonferenz für den gesamten Harz zu etablieren. Davon können Unternehmen aus unterschiedlichen Branchen profitieren – im Harz naturgemäß auch ein großer Teil aus dem Tourismus.

Die Idee zu einer Wirtschaftszusammenkunft mit hochkarätigen Vorträgen und einer Gewerbeausstellung stammt ursprünglich aus Sachsen-Anhalt. Im Jahr 2015 startete das erste Wirtschaftsforum als eine gemeinschaftliche Initiative der Geschäftsstelle Wernigerode der IHK Magdeburg in Zusammenarbeit mit den Wirtschaftsclubs aus Wernigerode, Halberstadt und Quedlinburg sowie den Wirtschaftsjunioren Harzkreis. Der Harz umfasst bekanntlich die drei Bundesländer Niedersachsen, Sachsen-Anhalt und Thüringen und die Landkreise Göttingen, Goslar, Harz, Mansfeld-Südharz und Nordhausen. Im Rahmen ihres regelmäßigen Austauschs entwickelten die im Harz vertretenen IHK-Geschäftsstellen die Idee, das mittlerweile etablierte Veranstaltungsformat auf den gesamten Harz auszurollen und damit den wirtschaftlichen Austausch über Kreis- und

Ländergrenzen hinweg zu fördern. Allein im letzten Jahr hatten trotz der Schwierigkeiten infolge der Corona-Pandemie rund 300 Teilnehmer das Wirtschaftsforum in Wernigerode besucht.

In diesem Jahr wurden als Partner und Unterstützer unter anderem die Stadt Goslar und der Unternehmerverein Pro Goslar e. V. gewonnen. Aber auch die anderen IHKs unterstützen und bewerben das Wirtschaftsforum gemeinschaftlich. Am 3. März trafen sich Vertreter der führenden regionalen Interessengruppen in der Geschäftsstelle Goslar der IHK Braunschweig. Wie der Wernigeröder IHK-Geschäftsstellenleiter Ralf Grimpe ausführte, werde für Aussteller und Sponsoren in diesem Jahr ein neuer Weg beschritten. So soll vor der Goslarer Kaiserpfalz ein großes Veranstaltungszelt aufgebaut werden, um dort die Gewerbeausstellung zu platzieren. Die Veranstaltung werde aus den Beiträgen der Veranstalter, Partner, Aussteller und Sponsoren finanziert. Passend zu dem Leitthema „Die Zukunft des Harzes“ soll für den Impulsvortrag ein renommierter Zukunftsforscher gewonnen werden. Für die Besucher ist die Teilnahme kostenlos.

Nähere Informationen finden Interessierte unter
www.wirtschaftsforum-harz.de



Das Wirtschaftsforum Harz wird 2022 erstmals in der Goslarer Kaiserpfalz stattfinden.

LANDESGARTENSCHAU 2026

Bad Nenndorf erhält Zuschlag

Das Kabinett hat am 25. Januar 2022 die Vergabe der Landesgartenschau 2026 an Bad Nenndorf beschlossen. Die Stadt im Landkreis Schaumburg, die sich derzeit im Verfahren um die Weiterführung des Prädikates „Mineral- und Moorheilbad“ sowie der erstmaligen Anerkennung des Prädikates „Thermalheilbad“ befindet, hat sich laut Pressemitteilung des Landes mit einem schlüssigen Konzept in einem Kopf-an-Kopf-Rennen gegen Bad Bevensen durchgesetzt. Der Kurort Bad Nenndorf verfügt mit seinem sehenswerten Kurpark mit

historischen Bauten und einem über 200 Jahre alten Baumbestand über eine hervorragende Ausgangssituation und großes Potential zur Durchführung der Landesgartenschau.

Die Vorstellung der Stadt Bad Nenndorf vor der Bewertungskommission am 8. Dezember 2021 und die Endfassung der Machbarkeitsstudie zur Landesgartenschau finden Sie als PDF-Datei zum Download unter folgender Adresse:

landesgartenschau-badnenndorf.de

IHK STARTET ZUM ZWEITEN MAL IMAGE-KAMPAGNE „HEIMAT SHOPPEN“

Die IHK Hannover will mit Hilfe der in diesem Jahr zum zweiten Mal durchgeführten Imagekampagne „Heimat shoppen“ (www.hannover.ihk.de/heimatshoppen) und gemeinsam mit den Standortgemeinschaften und Unternehmen die Angebotsvielfalt der Städte und Gemeinden wieder stärker in den Köpfen der Einwohnerinnen und Einwohner, Kundinnen und Kunden verankern. Es geht darum, öffentlichkeitswirksam auf die Bedeutung der Einkaufsorte hinzuweisen, für das lokale Erlebnis-Shopping zu werben und die Rolle und Bedeutung des heimischen Handels, aller weiteren Gewerbetreibenden, der Handwerker und Freiberufler für lebendige Zentren und ihre vielfältigen Beiträge für die

Lebensqualität vor Ort herauszustellen. Ziel ist, die Wertschätzung für die lokale Wirtschaft und die Kundenbindung vor Ort wieder mit Leben zu füllen.

Höhepunkt werden am 9. und 10. September die bundesweiten „Heimat shoppen“-Aktionstage sein, an denen vielfältige kreative Aktivitäten im Straßenraum, auf Plätzen und in den Geschäften erfolgen. Zu diesem Zweck können vielfältige Werbemittel eingesetzt, aber auch Presseveröffentlichungen und Social-Media-Aktivitäten auf Facebook oder Instagram genutzt werden. Die Maßnahmen können auch mit vor Ort bereits bestehenden Initiativen verknüpft werden.

Die IHK Hannover informiert und unterstützt die teilnehmenden Gemeinschaften bei der Organisation, der Werbemittelbeschaffung und Vermarktung der Initiative und der vor Ort geplanten Maßnahmen. Interessierte Standortgemeinschaften können sich kostenfrei zur Beteiligung über die genannte Webseite anmelden. Aktuell haben sich bereits Standortgemeinschaften u. a. aus Duderstadt, Einbeck, Hannover, Holzminden und Northeim zur Beteiligung angemeldet.

Die Initiative ist 2021 in zehn Bundesländern in 43 IHK-Regionen an mehr als 500 Standorten (davon in mehr als 100 niedersächsischen Kommunen) aktiv genutzt worden.



IHK HANNOVER



KONTAKT

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

**Heimat
shoppen**



IHK LÜNEBURG- WOLFSBURG

ZUKUNFTSPROJEKT

NBank fördert ‚Jod-Welt‘ mit drei Millionen Euro

Hinter der neuen ‚Jod-Welt‘ der Kurgesellschaft Bevensen GmbH verbirgt sich ein touristisch wertvolles Projekt für Niedersachsen. Dr. Bernd Althusmann übergab den Bewilligungsbescheid der Investitions- und Förderbank über die maximale Fördersumme von drei Millionen Euro an den Geschäftsführer Torsten Krier. „Ohne die Förderung wäre die

Neugestaltung der Saunalandschaft unter dem Titel ‚Jod-Welt‘ nicht möglich gewesen“, so Krier. Somit wird die Ausrichtung der Kurgesellschaft auf die Nachfrage des heutigen Gesundheits- und Wellnesstourismus gefördert. Dies bedeutet eine substantielle Attraktivitätssteigerung für Bad Bevensen und die Heideregion.

WIRTSCHAFTSFAKTOR TOURISMUS LÜNEBURGER HEIDE

Mit einem Bruttoumsatz von 1,5 Milliarden Euro ist der Tourismus eine der Leitbranchen der Region Lüneburger Heide. Hotellerie und Freizeitanbieter sowie der Einzelhandel und der Dienstleistungssektor profitieren deutlich von den Umsätzen der Urlauber. Die aktuellen Zahlen zeigt nun die Studie „Wirtschaftsfaktor Tourismus“, die die Lüneburger Heide GmbH (LHG) beim Deutschen Wirtschaftswissenschaftlichen Institut für Fremdenverkehr (dwif) in München für das letzte normale Jahr 2019 vor Corona in Auftrag gab. Denkt man im ersten Schritt an Hotels, Kutscher oder Freizeitparks, zeigt die Studie sehr deutlich, dass nur 47,2 Prozent der Umsätze im Gastgewerbe landen. Stark profitiert der Einzelhandel der Region, der von den Ausgaben der Urlauber 469 Millionen Euro und damit 30,3 Prozent erhält. Auch der Dienstleistungsbereich profitiert mit einem Volumen

von 348 Millionen Euro und 22,5 Prozent der Ausgaben. Die Studie zeigt sehr deutlich die hohen wirtschaftlichen Effekte des Tourismus für die Region. „Mit jedem weiteren Hotel werden auch Arbeitsplätze in Einzelhandel und Dienstleistung neu geschaffen“, sagt Ulrich von dem Bruch, Geschäftsführer der LHG. Und ergänzt: „Jede Entscheidung pro Tourismus ist auch eine Entscheidung pro Bürger.“ Denn: Die gute Infrastruktur von Tankstellen, Supermärkten oder Bäckern, die durch den Tourismus mit am Leben gehalten wird, nutzen auch die Einheimischen gerne. Würde der Tourismus wegfallen oder schwächer werden, hätte das sofort Auswirkungen auf die Region. Neben den Effekten für Arbeitsplätze und Infrastruktur sind es auch die Kommunen der Lüneburger Heide, die mit Steuereinnahmen von 144 Millionen Euro aus dem Urlaubssektor gewinnen.



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
FRÜHJAHR 2022

PRÄSENTATION AKTUELLER ZAHLEN

Um den Tourismus als kommunalen Wirtschaftsfaktor drehte sich auch die Präsentation des Tourismus-Satellitenkontos (TSA). Manon Krüger vom Deutschen Institut für Tourismusforschung an der Fachhochschule Westküste stellte die Bedeutung des Tourismus für die niedersächsische Wirtschaft vor. Der Mitschnitt der Präsentation aus dem Dezember 2021 findet sich unter dem Titel „IHK Konkret: Tourismus als kommunaler Wirtschaftsfaktor“ auf Youtube und unter ihk-lueneburg.de

NETZWERKE MACHEN DAS (ARBEITS-) LEBEN LEICHTER!

Die IHK Lüneburg-Wolfsburg bietet Netzwerke u. a. zu den Themen: Arbeit-Zukunft, Generationen meistern sowie Marketing, Vertrieb & PR.

Weitere Informationen unter dem Stichwort
IHKLW-Netzwerke unter
ihk-lueneburg.de

NORDEUTSCHER KÜSTENRAUM

Gründung der Tourismus Agentur Nordsee (TANO)

Erstmals in der Tourismusgeschichte wird der Nordseeraum von der holländischen Grenze bis zur Elbe und Weser künftig touristisch von der neuen Tourismusagentur Nordsee GmbH – kurz TANO – gemeinsam entwickelt und vermarktet. Die TANO wurde im Januar 2022 gegründet. Daran beteiligt sind die Urlaubsregion der niedersächsischen Nordsee bestehend aus den sieben Landkreisen Ammerland, Aurich, Cuxhaven, Friesland, Leer, Wesermarsch und Wittmund sowie der kreisfreien Stadt Wilhelmshaven und der Seestadt Bremerhaven. Es handelt sich mit Bremerha-



ERÖFFNUNG THALASSO MEERES SPA IM WANGERLAND

In Friesland entsteht in der Gemeinde Wangerland eines der größten Medical-Thalasso-Zentren in Deutschland – mit gut 3000 Quadratmetern Fläche auf drei Ebenen. Allein die untere der drei Etagen wird komplett für Behandlungen mit Salzwasser aus der Nordsee ausgebaut. Neben Meerwasser werden auch Schlick und Algen verwendet. Noch befindet sich das Thalasso Meeres Spa im Bau – doch bereits Ende 2022 wird es seine Türen öffnen. Ziel ist es das gesundheitstouristische Angebot auszuweiten und „Thalasso“ als Alleinstellungsmerkmal für die Region zu fördern.

ven um eine bundeslandübergreifende Destination der Länder Bremen und Niedersachsen, die im Hinblick auf Größe und touristischer Stärke in ganz Deutschland ihresgleichen sucht. Als übergeordnete Organisation übernimmt und koordiniert die TANO gemeinsam mit den Kommunen Aktivitäten im Destinationsmarketing- und management. Dabei soll insbesondere die Markenführung einschließlich des Destinationsmarketings optimiert werden. So will die Region den Bekanntheitsgrad des norddeutschen Küstenraums im In- und Ausland steigern. Die Grundlagen der TANO und die Vorbereitung der Gründung wurden durch den Tourismusverband Nordsee e. V. initiiert und von mehreren Teilregionen sowie dem Land Niedersachsen finanziell unterstützt. Maßgeblich eingebunden waren u. a. die Industrie- und Handelskammern, vertreten durch die Oldenburgische IHK, die touristischen Dachmarketingorganisationen Die Nordsee GmbH, Ostfriesland Tourismus GmbH, Ostfriesische Inseln GmbH, die Regionen Ammerland, Cuxland und Wesermarsch sowie die Erlebnis Bremerhaven GmbH.

THOMAS BRUNS NEUER AUSSCHUSS-VORSITZENDER

Thomas Bruns, Geschäftsführender Gesellschafter der Friesenhörn-Nordsee-Kliniken GmbH, ist neuer Vorsitzender des IHK-Tourismusausschusses. Er übernimmt die Aufgabe vom langjährigem Vorsitzenden Bernard Sieger vom Gasthof Sieger in Friesoythe. Zu seiner Stellvertreterin haben die Ausschussmitglieder Kathrin Böckmann vom Hotel Restaurant „Zur Post“ in Holdorf gewählt, deren Vorgänger Erwin Abel war (Bümmersteder Krug in Oldenburg). „Der Tourismus ist eine wichtige Querschnittsbranche und hat eine große Bedeutung im Oldenburger Land. Das gilt es deutlich zu machen. Ich freue mich über die Aufgabe, den Tourismus mit der IHK weiter mitgestalten und entwickeln zu können“, so Thomas Bruns.



OLDENBURGISCHE IHK



KONTAKT

Ihre Ansprechpartnerin in der Oldenburgischen IHK:
Carola Havekost
Telefon: 0441 2220-300
carola.havekost@oldenburg.ihk.de
www.ihk-oldenburg.de



IHK OSNABRÜCK- EMSLAND- GRAFSCHAFT BENTHEIM



KONTAKT

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

IHK-TOURISMUSAUSSCHUSS

Land muss Lehren ziehen und Planbarkeit verbessern

„Die Landespolitik muss endlich Lehren aus den Erfahrungen der vergangenen zwei Corona-Jahre ziehen: Die wiederholte Verlängerung der sogenannten ‚Winterruhe‘ und die uneinheitliche Umsetzung der von allen Bundesländern gemeinsam beschlossenen Maßnahmen verunsichern unsere Gäste. Die Folgen sind nun leere Restaurants, Säle und Gästebetten. Diese Situation ist für viele Betriebe existenzbedrohend, denn ihre Reserven sind längst aufgebraucht.“ Dies erklärte kürzlich Wolfgang Hackmann, Vorsitzender des IHK-Fachausschusses Tourismus, bei der Sitzung des Gremiums. Der Ausschussvorsitzende appellierte an die Gäste von Hotels und Restaurants, an ihren Buchungen in der Region Osnabrück, im Emsland und in der Grafschaft Bentheim – kurz GEO-Region – festzuhalten.

Anke Schweda, IHK-Geschäftsbereichsleiterin Standortentwicklung, regte in Richtung der Kommunen in der Region an, ihrerseits Unterstützungsmöglichkeiten zu prüfen: „Die gebührenfreie Ausweisung von Flächen für die Außengastronomie wäre gerade bei den demnächst wieder steigenden Temperaturen ein gutes Signal an die Betriebe. Auch zusätzliche Flächen sollten gebührenfrei ausgewiesen werden, um den Sommer zurück in die Städte zu holen.“

Die quantitativen Auswirkungen von Pandemie und Beschränkungen auf den Tourismus stellte Thorsten Glaß, Leiter Marktforschung und Qualitätsmanagement bei der TourismusMarketing Niedersachsen GmbH (TMN) aus Hannover, den Mitgliedern des Ausschusses vor: „Die GEO-Region ist ein beliebtes Reiseziel. Allein die regionalen Betriebe mit mehr als zehn Betten zählten im Jahr vor der Pandemie 5,3 Millionen Übernachtungen. Im Folgejahr 2020 waren es dann nur noch 3,4 Millionen.“ Für das Jahr 2021 seien noch nicht alle Daten verfügbar. Das Niveau der

Buchungen in der ersten Jahreshälfte 2021 sei jedoch nochmal deutlich hinter dem Vorjahreszeitraum zurückgeblieben: Nach einer Erholung im Zeitraum Juli bis Oktober 2021 seien die Übernachtungszahlen im November abermals eingebrochen. „Es ist noch nicht absehbar, wann sich der Übernachtungstourismus in der GEO-Region erholt haben wird“, so Glaß. Doch er hatte auch gute Nachrichten: Praktisch alle Marktforschungsinstitute gingen von einer ungebremsen Reiselust der Deutschen aus, viele Bürger hätten ihre Reisen nur zurückgestellt und das Geld nicht anderweitig ausgegeben. Als sicheres Reiseziel könne die GEO-Region auch von Tagsgästen sowie Zweit- und Dritturlaubern profitieren. Entscheidende Faktoren für die Zukunft der Tourismusorte und -betriebe seien die hohe Qualität von Service und Ausstattung, Hygiene- und Sicherheitsstandards auch nach der Pandemie sowie Transparenz und Flexibilität bei Buchungen.

Zuversichtlich stimmte die Ausschussmitglieder auch der tourismuspolitische Blick auf die Pläne der Bundesregierung: „Die Absichtserklärungen im Koalitionsvertrag zu Fachkräften, Weiterbildung und Gewinnung ausländischer Mitarbeiter entsprechen langjährigen Forderungen unserer Branche. Das zugesagte unbürokratische Modernisierungsprogramm für Neu- und Wiedergründungen im Tourismusbereich könnte strukturell ebenfalls wichtige Impulse bringen“, so Hackmann. Anke Schweda kündigte an: „Unsere IHK wird die Umsetzung der angekündigten Punkte in den kommenden Monaten genau beobachten.“

Der stellvertretende Vorsitzende des IHK-Tourismusausschuss, Heinz-Ludwig Eichholz, Ausschussvorsitzender Wolfgang Hackmann und IHK-Geschäftsbereichsleiterin Anke Schweda warben für die Tourismusregion.



DESTINATIONS MANAGEMENT

Tourismus Agentur Nordsee (TANO) gegründet

Erstmals in der Tourismusgeschichte wird der Nordseeraum von der holländischen Grenze bis zur Elbe und Weser künftig touristisch von der neuen Tourismusagentur Nordsee GmbH – kurz TANO – gemeinsam entwickelt und vermarktet. Die TANO wurde im Januar 2022 gegründet. Daran beteiligt sind die Urlaubsregion der niedersächsischen Nordsee bestehend aus den sieben Landkreisen Ammerland, Aurich, Cuxhaven, Friesland, Leer, Wesermarsch und Wittmund sowie der kreis-

freien Stadt Wilhelmshaven und der Seestadt Bremerhaven. Als übergeordnete Organisation übernimmt und koordiniert die TANO gemeinsam mit den Kommunen Aktivitäten im Destinationsmarketing- und management. Dabei soll insbesondere die Markenführung einschließlich des Destinationsmarketings optimiert werden. So will die Region den Bekanntheitsgrad des norddeutschen Küstenraums im In- und Ausland steigern.

BARRIEREFREIHEIT IM WATTENMEERRAUM

Ab sofort bietet eine neue, digitale Karte einen Überblick über eine Auswahl an barrierefreien Angeboten im deutsch-niederländischen Wattenmeerraum. Insgesamt sind über 250 Angebote aus sieben Kategorien dargestellt. Hierzu zählen die Bereiche Landschaft/Natur, Kultur, Freizeit/Erholung, Anreise/Mobilität sowie barrierefreie Touristinformationen. Ergänzt werden diese um Informationen zu Gastronomie- und Beherbergungsbetrieben.

Die Karte ist abrufbar auf

www.wattenmeer-barrierefrei.de

Sie wurde über das grenzübergreifende INTERREG V A-Projekt „Watten-Agenda 2.0“ realisiert.

COOLER ALS DU DENKST

Mit ihrem Projekt „Ostfriesland ist cooler als du denkst“ haben vier Auszubildende wunderschöne Plätze, actionreiche Erlebnisse, Shoppingmöglichkeiten und tolle Treffpunkte für Jugendliche und junge Erwachsene in Ostfriesland zusammengestellt. Die Landingpage als Unterseite von ostfriesland.travel entstand im Rahmen eines Projektes der Berufsschule Norden, an dem die Auszubildenden zur Kauffrau für Tourismus und Freizeit im dritten Ausbildungsjahr teilnehmen. Mit dieser Seite wollen sie Jugendlichen und jungen Erwachsenen zeigen, dass Ostfriesland jede Menge cooler Dinge zu bieten hat.

WEBINAR-REIHE GEHT IN DIE ZWEITE RUNDE

Gemeinsam mit weiteren IHKs lädt die IHK für Ostfriesland und Papenburg auch in diesem Jahr wieder zu einer Webinar-Reihe für das Gastgewerbe ein. „Mit unserem Angebot möchten wir vor allem den Gastronomen und Hoteliers in unserem Bezirk neue Impulse geben und aktuelle Themen in der Branche aufgreifen“, sagt IHK-Tourismus-Expertin Kerstin Kontny. Themen sind unter anderem Preisgestaltung und Kostendeckung, aktuelle Herausforderungen für Reisebüros und -veranstalter, New Work im Gastgewerbe, aktuelle Förderprogramme und rechtliche Neuerungen.

Einen Rückblick über die vergangenen Veranstaltungen sowie Informationen und Anmelde-möglichkeiten für alle weiteren gibt es unter

www.ihk-empden.de/6x60

NORDSEEHEILBAD

Carolinensiel-Harlesiel darf sich seit letztem Herbst Nordseeheilbad nennen und hat damit die höchste Qualitätsauszeichnung im Kurwesen erhalten. Die Vorbereitungen zur Prädikatisierung haben über ein Jahr gedauert, um den umfangreichen Aufgabenkatalog zu erfüllen. Neben kleineren Verbesserungen wurden die Barrierefreiheit, der Kurgarten und die medizinische Versorgung optimiert sowie über einen langen Zeitraum hinweg die Emissionen gemessen.



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-empden.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

NEUER KURDIREKTOR

Wachwechsel im Tourismus in Cuxhaven

Seit November 2021 ist Olaf Raffel neuer Kurdirektor und zugleich Geschäftsführer der Nordseeheilbad Cuxhaven GmbH. Der studierte Diplom-Geograph ist ein Vollbluttouristiker mit langjähriger Erfahrung. Zuvor war Olaf Raffel über zehn Jahre im schleswig-holsteinischen Büsum Geschäftsführer der dortigen Tourismus- und Marketinggesellschaft.

In Cuxhaven will Olaf Raffel neue Akzente setzen, denn er ist vom Standort überzeugt.

„Cuxhaven ist ein einmaliger Ort an der Nordseeküste, hat großes Potenzial und ist gut für die Zukunft aufgestellt“, fasst Raffel nach den ersten Monaten an seiner neuen Wirkungsstätte zusammen. Gemeinsam mit den lokalen und regionalen Akteuren, mit Politik und Gastgewerbe bietet sich die Chance, Cuxhaven zu einem modernen, nachhaltigen Urlaubsort weiterzuentwickeln. Ganz oben auf der Agenda stehen neben der Digitalisierung auch die Potentiale des Nordseeheilbades als Ganzjahresdestination. „Hier ist noch Luft nach oben“, macht Raffel deutlich. Ein Baustein



hierfür sei das Seminar- und Tagungsgeschäft, das es auszubauen gelte. Für 2022 erwartet der neue Kurdirektor weiterhin eine hohe Nachfrage, nachdem Cuxhaven im Pandemiejahr 2020 eine Rekord-Hauptsaison verzeichnen konnte. Eines ist bereits deutlich geworden: Für unterschiedlichste Interessen von Bürgerinnen und Bürgern und Wirtschaft hat Olaf Raffel immer ein offenes Ohr.

TECHTIDE-REGIONALKONFERENZ STELLT TOURISMUSBRANCHE IN DEN FOKUS

Bereits im Jahr 2021 hat die TECHTIDE bedeutsame Digitalisierungs-Themen aus Wirtschaft und Gesellschaft in den Mittelpunkt gerückt. Die IHK Stade für den Elbe-Weser-Raum wird in diesem Jahr auf einer TECHTIDE-Regionalkonferenz die Chancen der Digitalisierung in der Tourismusbranche beleuchten. Gemeinsam mit dem Tourismusverband Landkreis Stade / Elbe e. V. werden wir am 25. August 2022 mit innovativen Unternehmerinnen und Unternehmern diskutieren und neue Perspektiven aufzeigen. Seien Sie digital dabei.

Weitere Informationen sind auf der IHK-Website unter www.stade.ihk24.de abrufbar.

NEUSTART FÜR DIE KREUZFAHRT IN CUXHAVEN

Nach nahezu zehnjähriger Unterbrechung ist Cuxhaven zurück auf der Landkarte der Kreuzfahrtbranche: Bereits seit Oktober 2021 macht die MS „Otto Sverdrup“ der norwegischen Reederei Hurtigruten Expeditions im zweiwöchigen Rhythmus in Cuxhaven fest. Die Passagiere des Schiffes können im Rahmen einer dreistündigen Cuxhaven-Tour das maritime Erbe der Stadt hautnah erleben. In Cuxhaven hatte der Hamburger Reeder Albert Ballin 1891 die Kreuzfahrt „erfunden“, als weltweit die erste „Vergnügungsreise zur See“ an der Elbmündung startete. Seinerzeit stach der Schnelldampfer „Augusta Victoria“ der Hamburg-Amerika-Linie (HAPAG) zu einer luxuriösen Orientreise von Cuxhaven aus in See.

WIR WÜNSCHEN EINEN SCHÖNEN SOMMER.



LESERSERVICE

Abo bestellen unter

www.ihk-n.de/tourismusanmeldungen

Finden Sie uns auf Facebook:

www.facebook.com/ihkntourismusanmeldungen/

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:

Kerstin Kontny,

Sprecherin Federführung Tourismus
der IHKN (kommissarisch)

Redaktion:

Kerstin Kontny

Abteilungsleiterin Tourismus

IHK für Ostfriesland und Papenburg

Ringstraße 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:

Mai 2022

Bildnachweise:

Titel: © GOSLAR marketing gmbh Fotograf Stefan Schiefer,
Seite 2: oben © GOSLAR marketing gmbh Fotograf Stefan Schiefer,
rechts © TMN, Seite 3: © MW/Henning Scheffen, Seite 4: © GOSLAR
marketing gmbh Fotograf Stefan Schiefer, Seite 5: © Massel, IHK
Niedersachsen, Seite 6-7 (vlnr): © Niedersächsisches Staatsbad
Pyrmont Betriebsgesellschaft mbH, © henningscheffenphotography,
© Alpenregion Tegernsee Schliersee, © Wangerland Touristik GmbH,
© Marc Klinke / Lippe, © Hermann Willers, © Massel, IHK Niedersach-
sen, Seite 8-9 (vlnr): © Rainer Droese, © Kirk Dahmke, Otterndorf,
© Frank Steingass, © NBTC, © Harzer Tourismusverband (HTV), © 2021
eto Personalmarketing & Employer Branding, www.oliverpracht.de, Seite 10-11 (vlnr): © Metro AG, © Diana Frohmüller, © Markus
Tiemann, © bilderfamilie Goslar, © henningscheffenphotography,
© Christian Wyrwa, Seite 14: © GOSLAR marketing gmbh Fotograf
Stefan Schiefer, Seite 15: © GOSLAR marketing gmbh Fotograf
Stefan Schiefer, Seite 16: Porträt: © bilderfamilie Goslar, unten:
© GOSLAR marketing gmbh Fotograf Stefan Schiefer, Seite 17:
beide © IHKLW, Seite 18: © TMN, Seite 19: Porträt © oh, unten
© Heinze IHK Braunschweig, Seite 20: Porträt © Andrea Seifert
Photography www.andreaseifert.de, Seite 21: Porträt © fotografin
Sandra Koenig, Seite 22: Porträt © FOTO UND BILDERWERK,
links © IHK Oldenburg, Seite 23: Porträt © Foto-Studio Effing,
unten © IHK Osnabrück, Seite 24: Porträt © Massel, IHK Nieder-
sachsen, unten © OTG, Seite 25: Porträt © Andreas Friedrich,
rechts © Marcel Kolbenstetter, Stadt Cuxhaven, Seite 26:
© niedersachsenfoto.de, 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
.....



IHK Niedersachsen
Landesarbeitsgemeinschaft

WWW.IHK-N.DE/TOURISMUSNACHRICHTEN