

TOURISMUS NACHRICHTEN

IHK-N-TOURISMUSNACHRICHTEN
HERBST/WINTER 2022

ROTE ROSEN UND VIEL MEHR

Lüneburg stellt sich vor

Interview

"WIR WOLLEN MÖGLICHST
ENERGIEAUTARK WERDEN"

Zahlen und Fakten

SAISONUMFRAGE
TOURISMUS



IHK Niedersachsen
Landesarbeitsgemeinschaft

Inhalt

Herbst/
Winter
2022

AKTUELL SEITE 4

4 HERZLICHEN GLÜCKWUNSCH
Auszeichnungen und Preise

6 NACHGEFRAGT
Energiekrise: Hotelier
Eike Janssen im Interview



**8 TOURISMUSFÖRDERUNG
IN NIEDERSACHSEN**
Neue Tourismusförderrichtlinie
erschienen

9 IHR GUTES RECHT

ZAHLEN & FAKTEN SEITE 10

10 SAISONUMFRAGE TOURISMUS
Auswirkungen der Energiekrise

NEUES VON DER TMN SEITE 12

12 KLIMAWANDEL ANPACKEN

Q-NEWS SEITE 13

13 Q-SEMINARE JETZT AUCH ONLINE

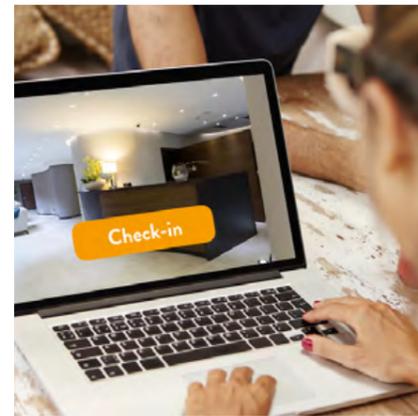
RUNDREISE SEITE 14

14 LÜNEBURG
Rote Rosen und viel mehr



ÜBERN TELLERRAND SEITE 17

17 ÜBERN TELLERRAND



IHK N 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



Kerstin Kontny
Sprecherin Tourismus der IHKN,
Abteilungsleiterin Tourismus,
Handel und Dienstleistungen der
IHK für Ostfriesland und Papenburg

www.ihk-n.de/tourismussnachrichten

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

Niedersachsen nach der Wahl

Dem Land Niedersachsen stehen spannende Zeiten bevor. Mit der einen oder anderen Verschiebung der Machtverhältnisse im Land hatte wohl jeder gerechnet – mit einem Ausscheiden der FDP und den deutlichen Gewinnen der AfD dagegen nicht. Nun gilt es, dass die neue rot-grüne Landesregierung schnell ihre Arbeit auf- und sich den aktuellen Herausforderungen annimmt. Denn derer gibt es einige.

Die Tourismusbranche hatte die Auswirkungen der Corona-Pandemie gerade einigermaßen überstanden, schon lauerte im Osten die nächste Krise, die sich ganz konkret auch auf die Branche auswirkt. Im Sommer war die Geschäftslage im Gastgewerbe in Niedersachsen grundsätzlich gut – auch wenn viele Urlaubsreisende – jetzt wo sie konnten – das Ausland wieder für sich entdeckt haben. Gleichzeitig ziehen aber langsam auch Tagungs- und Veranstaltungsgeschäft wieder an. Demgegenüber stehen nun steigende Kosten für die Betriebe – und auch für die privaten Haushalte, die sich zum Teil eher für ein warmes Wohnzimmer und gegen einen Kurztrip nach Niedersachsen entscheiden. Laut der aktuellen IHKN-Umfrage im Gastgewerbe sehen 90 Prozent der Betriebe die Energie-, Lebensmittel- und Rohstoffpreise als Risiko für ihre Geschäftstätigkeit an. Und auch die Inlandsnachfrage bereitet 36 Prozent der Unternehmen Sorgen.

Neben den steigenden Kosten belastet die Unternehmen auch weiterhin die Personal-

situation. So liegen die Arbeitskosten derzeit mit rund 70 Prozent auf Platz zwei der größten Geschäftsrisiken. Zwei Drittel der Unternehmen gaben den Personalmangel als eins der größten Risiken an. Nach Angaben des Dehoga Niedersachsen arbeiten in der Gastronomie derzeit noch 15.000 Personen weniger als vor der Pandemie. Dies hat vielfältige Gründe. Durch Lockdowns und Schließungen sind vor allem Saisonkräfte in andere Regionen abgewandert, andere haben eine neue, krisenfestere Stelle in anderen Branchen gefunden. Doch nicht nur das Gastgewerbe steht vor dieser Herausforderung. Fakt ist, dass derzeit alle Branchen auf der Suche nach gutem Personal sind. Aber auch die Berufsorientierung ist in den Corona-Jahren viel zu kurz gekommen. Hier muss die Landesregierung die Schulen in die Pflicht nehmen. Erfreulich ist, dass das Thema Berufsorientierung auch im Koalitionsvertrag vermerkt ist.

Auch für den Tourismus in Niedersachsen gibt es Positives zu berichten. Die Anerkennung als Leitökonomie in Niedersachsen, die Einrichtung eines Unterausschusses im Landtag – das sind Schritte in die richtige Richtung. Doch diese gilt es nun mit Leben zu füllen, um der Tourismusbranche den Stellenwert in der Landespolitik zu geben, den sie verdient.

Kerstin Kontny
Sprecherin Tourismus der IHKN,
Abteilungsleiterin Tourismus,
Handel und Dienstleistungen der
IHK für Ostfriesland und Papenburg



TMN GEWINNT BEIM DEUTSCHEN TOURISMUSPREIS

Die TourismusMarketing Niedersachsen GmbH hat mit dem Projekt „Klimawandel anpacken – Anpassungsstrategien für den Tourismus in Niedersachsen“ den zweiten Platz beim Deutschen Tourismuspreis belegt. Mit dem Projekt hat Niedersachsen als erstes Bundesland flächendeckend Klimarisiken analysiert und Anpassungsstrategien entwickelt, um seine Reiseregionen fit für die Zukunft zu machen. Mehr Informationen zum Projekt finden Sie auf Seite 12.

Ihr Betrieb, Ihr Ort oder Ihre Gemeinde hat auch eine Auszeichnung erhalten? Kontaktieren Sie uns gerne wenn Sie diese in den Tourismusnachrichten nennen möchten!

wiebke.eitts@emden.ihk.de

Herzlichen Glückwunsch!



BAD ZWISCHENNAH IST KNEIPP-KURORT

Am 12. August 2022 übergab der Ministerpräsident des Landes Niedersachsen, Stephan Weil, vor zahlreichen Gästen aus Wirtschaft und Politik auf dem Gelände des Reha-Zentrums am Meer die Urkunde, nach der sich Bad Zwischenahn zukünftig Kneipp-Kurort titeln darf. Die Gemeinde ist damit der fünfte

Ort in Niedersachsen, der eine Kneipp-Prädikatisierung führt – und der einzige in Niedersachsen, der das Doppelprädikat aus „Staatlich anerkanntem Moorheilbad“ und Kneipp-Kurort besitzt. Selbst deutschlandweit gibt es nur fünf Heilbäder mit dieser Doppelauszeichnung.

HAMELN GEWINNT DEN DESTINATION AWARD 2022

Die Stadt Hameln wurde am 6. September 2022 beim Travel Industry Club als Destination 2022 ausgezeichnet. Mit der aufmerksamkeitsstarken Kampagne zur Belebung der Innenstadt „Hameln. Komm, wie Du bist“, ist es der niedersächsischen Stadt gelungen, sich gegen starke Konkurrenten wie Italien, Bayern, Nordrhein-Westfalen, Obertauern und Andermatt durchzusetzen. Der Travel Industry Club verleiht jährlich Awards in unterschiedlichen Kategorien. Unter dem Motto „Change“ waren unter anderem Konzepte zum Restart und zur Nachhaltigkeit gefragt.



NACHGEFRAGT

„WIR WOLLEN MÖGLICHST ENERGIE-AUTARK WERDEN“

Es sind mal wieder unsichere Zeiten für die Tourismusbranche – steigende Energiekosten, Inflation, weniger Geld in den Taschen der Gäste. Wir haben einen Unternehmer gefragt, welche Auswirkungen die Energiekrise auf seinen Betrieb hat, wie er den steigenden Energiekosten begegnet und wie er in die Zukunft schaut.

Eike Janßen, 37 Jahre, betreibt das Hotel Schluister Park in Carolinensiel. Das 3-Sterne-Hotel garni verfügt über 12 Zimmer. Zurzeit wird das Hotel um einen Neubau mit 21 Zimmern erweitert. Energie sparen ist für ihn schon lange ein Thema.

Tourismusanfragen: Die Energiekrise ist in aller Munde. Welche Auswirkungen haben die Entwicklungen auf Ihren Betrieb?

Janssen: Wir spüren natürlich die gestiegenen Energiekosten. Wir merken auch deutlich die höheren Einkaufspreise in allen Bereichen, von Lebensmitteln über Wäsche bis zum Housekeeping. Ganz besonders spüren wir aber die gestiegenen Preise bei den Materialkosten im Bau. Seit knapp einem Jahr wird das Hotel um einen Neubau mit 21 Zimmer erweitert. Wir haben in dieser Zeit eine Preissteigerung der Baukosten von 15 Prozent erlebt und gehen davon aus, dass es bis zum Abschluss des Projekts ca. 20 Prozent werden.

Neben den Kostensteigerungen, die uns betreffen, merken wir, dass das Thema Energie die Gäste beschäftigt. Von einer veränderten Nachfrage sind wir derzeit noch nicht betroffen. Meine Vermutung ist aber, dass es eine Art Downgrade im Urlaubsanspruch geben wird – von 5 Sterne zu 4 Sterne, von 4 Sterne zu 3 Sterne, von Sylt zu Norderney, von Wangerooge zu Carolinensiel.



Eike Janssen führt das Hotel Schluister Park in Carolinensiel. Wir haben mit ihm über die Energiekrise gesprochen. Welche Auswirkungen hat sie auf seinen Betrieb? Welche Maßnahmen zum Energiesparen setzt er um?

Tourismusanfragen: Welche Maßnahmen zum Energiesparen setzen Sie bereits um?

Janssen: Grundsätzlich befassen wir uns schon seit vielen Jahren mit dem Thema Energie und haben uns schon vor langer Zeit überlegt, wo Einsparmöglichkeiten liegen. So haben wir die Umrüstung auf LEDs, den Einbau von Lichtschranken auf den Fluren, die Erneuerung der Heizung mit Solarunterstützung und die Sensibilisierung der Mitarbeiter und der Gäste schon vor Jahren angestoßen, sodass die aktuelle Krise bei uns gar nicht zu bedeutenden neuen Maßnahmen geführt hat.

Für uns als Hotel garni ist der größte Hebel das Heizen. Bei der Neubauplanung haben wir daher den Grundsatz gehabt: Wir wollen möglichst energieautark werden. Als optimale Lösung hat sich hier die Erdwärme erwiesen. Vor drei Jahren haben wir mit den Planungen begonnen und vor Kurzem wurde die Erdsonde an die Wärmepumpe angeschlossen, sodass wir seit Ende Oktober die Erdwärme in Betrieb nehmen konnten.

Energiesparen geht aber auch mit Verzicht einher. So verzichten wir, mit Ausnahme der Suiten, auf Minibars, Wasserkocher und Kaffeemaschinen auf den Zimmern. Auf eine Wohlfühltemperatur sollen unsere Gäste allerdings nicht verzichten – wir haben etwa nicht vor, die Zimmertemperatur zu drosseln.

Nicht nur in den Zimmern, auch im öffentlichen Bereich haben wir zudem auf Klimaanlage verzichtet. Anstatt dessen haben wir eine Art Klimaanlage, die keine oder kaum Energie verbraucht. Das Ganze nennt sich Erdkollektor und funktioniert so, dass Außenluft angezogen wird, unterirdisch runtergekühlt wird und dann nach innen geführt wird. So können die Räume im Sommer um bis zu acht Grad heruntergekühlt werden oder auch im Winter vorgeheizt werden. Die Anlage ist in den letzten Zügen und kann bald in Betrieb gehen.

Tourismusanfragen: Das hört sich nach einer teuren Angelegenheit an. Was war Ihr Anreiz für diese Investitionen?

Janssen: Zum einen bin ich natürlich dafür verantwortlich, mein Unternehmen erfolgreich zu führen und verantwortungsvoll zu wirtschaften. Für mich hat das Thema Energie aber noch einen weiteren Aspekt und das bewegt mich persönlich als fünffachen Vater: Die Zukunft meiner Kinder liegt mir sehr am Herzen und ich sehe mich hier in der Verantwortung meinen Teil dazu beizutragen, eine enkelfähige Welt zu hinterlassen. Meinen Fußabdruck, den ich auf der Erde hinterlasse, möchte ich gering halten. Das kostet eben auch Geld.

Tourismusanfragen: Nachhaltigkeit spielt in Ihrem Unternehmen ja bereits länger eine Rolle. Erzählen Sie doch mal, was Sie sonst noch tun.

Janssen: Bereits vor der Umstellung auf Erdwärme haben wir klimafreundliche Energie bezogen. So haben wir unseren Strombedarf aus 100 Prozent erneuerbaren Energieträgern und unseren Gasbedarf mit CO₂-neutralem Erdgas gedeckt.

Wir sind außerdem schon seit einigen Jahren zertifiziert von GreenSign, ein Zertifizierungssystem, das die Nachhaltigkeit von Hotels prüft und dabei hilft, die eigene Nachhaltigkeit stetig zu verbessern. Zurzeit befinden wir uns in Stufe drei. Langfristig wollen wir die höchste Stufe fünf erreichen. Das bedeutet, dass wir nahezu alle Möglichkeiten ausschöpfen, Energie einzusparen. Auch in den Zimmern sowie im Gastronomiebereich achten wir auf Nachhaltigkeit. So haben wir beispielweise im Neubau recycelten Bodenbelag aus gebrauchten Fischernetzen verlegt. Außerdem füllen wir Wasserflaschen für unsere Gäste selbst ab. Das bedeutet, dass jedes Jahr rund 9.000 Flaschen weniger transportiert werden müssen.

KONTAKT

Eike Janßen
Hotel Schluister Park
Friedrichsschleuse 7
26409 Wittmund-Carolinensiel
www.hotel-schluister-park.de
Telefon 04464 8696100
E-Mail: eike.janssen@hotel-schluister-park.de

Tourismusanfragen: Wie schauen Sie in die Zukunft?

Janssen: Ich schaue zuversichtlich in die Zukunft. Ich glaube, dass Krisen ganz einfach dazu gehören. Das Leben ist ein Auf und Ab. Jetzt ging es zehn Jahre beständig bergauf und irgendwann geht es mal wieder in die andere Richtung. Das Entscheidende in Krisen ist, diese zu akzeptieren und sich als Unternehmer anzupassen. Die Menschen werden weiterhin in den Urlaub fahren. Carolinensiel ist für die Zukunft sehr gut aufgestellt und positioniert sich immer mehr als nachhaltiger Ort. Das wird sich in den kommenden Jahren positiv auswirken.

Ich würde mich freuen, wenn sich noch mehr Kollegen mit dem Thema befassen, sodass wir gemeinsam als Ort entschieden in Richtung Nachhaltigkeit gehen.

WEITERE INFORMATIONEN

Energiespar-Tipps, Webinare, Fördermöglichkeiten und vieles mehr finden Sie unter:

- www.klimaschutz-niedersachsen.de
- www.energiekampagne-gastgewerbe.de

FÖRDERPROGRAMME FÜR INFRASTRUKTUR, UNTERNEHMEN UND PROJEKTE TOURISMUSFÖRDERUNG IN NIEDERSACHSEN

Zum 20.07.2022 ist die neue „Richtlinie über die Gewährung von Zuwendungen zur Steigerung der Wettbewerbsfähigkeit von kleinen und mittleren Unternehmen (KMU) durch touristische Maßnahmen“ in Kraft getreten. Wie bei der Vorgänger-Richtlinie werden vor allem Infrastrukturprojekte gefördert, die von nicht-gewinnorientierten Organisationen umgesetzt werden. Aber auch für Unternehmen und touristische Projekte gibt es Fördertöpfe.

INFRASTRUKTUR

Tourismusförderrichtlinie

Was wird gefördert?

- Attraktivitätssteigerung und Neuerrichtung überregional bedeutsamer touristischer Infrastrukturen
- Attraktivitätssteigerung und Neuerrichtung touristischer Infrastrukturen mit Bezug zur anerkannten Artbezeichnung in hochprädikatisierten Heilbädern und Kurorten
- Schaffung barrierefreier touristischer Angebote
- Schaffung digitaler Angebote in öffentlich zugänglichen touristischen Einrichtungen
- Schaffung nachhaltiger und klimaverträglicher touristischer Angebote

Wer wird gefördert?

- kommunale Gebietskörperschaften
- Juristische Personen, die steuerbegünstigte Zwecke verfolgen (z.B. gemeinnützige GmbHs, Stiftungen, Vereine)
- Sonstige juristische Personen des öffentlichen und privaten Rechts, die nicht auf Gewinnerzielung ausgerichtet sind

Wie viel wird gefördert?

- GRW-Gebiet: max. Fördersatz 65 bzw. 70 %, Höchstfördersumme 3 Mio. Euro
- Nicht-GRW-Gebiet: max. Fördersatz 55 bzw. 70 %, Höchstfördersumme 2 bzw. 3 Mio. Euro

UNTERNEHMEN

Einzelbetriebliche Investitionsförderung

Die einzelbetriebliche Förderung des Beherbergungsgewerbes sowie gewerblicher touristischer Vorhaben erfolgt auf Grundlage des Koordinierungsrahmens der Gemeinschaftsaufgabe „Verbesserung der regionalen Wirtschaftsstruktur“ sowie ergänzender Verfahrensregelungen des MW. In strukturschwachen Regionen stärkt diese Förderung die Wettbewerbs- und Anpassungsfähigkeit der Wirtschaft. Zudem soll sie dauerhafte Arbeitsplätze schaffen und sichern. Gefördert werden Investitionsvorhaben der gewerblichen Wirtschaft (einschließlich des Tourismus) in den ausgewiesenen Fördergebieten des Landes. Die Förderung wird als Zuschuss gewährt. Je nach Fördergebiet und Unternehmensgröße kann er bis zu 30 Prozent der förderfähigen Gesamtausgaben betragen.

PROJEKTE

Richtlinie Touristische Projekte

Auf Grundlage der „Richtlinie über die Gewährung von Zuwendungen zur Förderung touristischer Projekte“ können insbesondere innovative Marketingprojekte und die Neuausrichtung regionaler Marketingorganisationen zu Standortmanagementorganisationen sowie Projekte landesweiter touristischer Fachorganisationen, mit denen eine Weiterentwicklung des Tourismus in Niedersachsen verfolgt wird, unterstützt werden. Je nach Art des Projekts können Tourismusorganisationen, touristische Vereine und Verbände mit landesweiter Zuständigkeit, kommunale Gebietskörperschaften und juristische Personen hierfür einen nicht rückzahlbaren Zuschuss in Höhe von maximal 100.000 Euro pro Projekt bei einer Übernahme von bis zu 50 bzw. 80 Prozent der förderfähigen Ausgaben erhalten.

WEITERE INFORMATIONEN

Die Abwicklung der Förderung erfolgt durch die Investitions- und Förderbank Niedersachsen – NBank. Unter www.nbank.de finden Sie detaillierte Informationen sowie Ansprechpartner*innen und Antragsformulare zu den einzelnen Förderprogrammen.

Informationen zur Tourismusförderung in Niedersachsen finden Sie auch auf der Website des Niedersächsischen Ministeriums für Wirtschaft, Verkehr, Bauen und Digitalisierung unter www.mw.niedersachsen.de

ANSPRECHPARTNERINNEN IM MW

Frau Andrea Menge
Telefon 0511 120-5539

Frau Sina Niebel
Telefon 0511 120-5545

IHR
GUTES
RECHT

MEHRWEGPFLICHT FÜR „TO-GO“-ANGEBOTE

Ab dem 1. Januar 2023 besteht für Letztvertreiber bzw. Befüller von Einwegkunststoffbehältern mit Lebensmitteln für den unmittelbaren Verzehr oder Einweggetränkebechern mit Getränken die Pflicht zum Angebot einer Mehrwegalternative neben den Einwegbehältnissen. Diese Mehrwegalternativen dürfen dabei nicht teurer sein. Zudem müssen Kundinnen und Kunden über die Wahlmöglichkeit informiert werden. Für kleine Unternehmen mit einer Verkaufsfläche von höchstens 80 m² und bis zu fünf Mitarbeitern besteht eine Ausnahme. Diese können alternativ von Verbrauchern selbst mitgebrachte Mehrwegbehältnisse befüllen.

Was sich ändern wird und welche Produkte betroffen sind erfahren Sie unter www.dihk.de

ABMAHNUNGEN AN WEBSEITENBETREIBER MIT GOOGLE SCHRIFTARTEN

Seit einer Entscheidung des Landgerichts München werden vermehrt Abmahnungen an Webseitenbetreiber verschickt, die Schriftarten von Google-Servern einbinden. Problematisch ist hierbei die Nutzung von Google Fonts remote, das heißt die Schriften sind nicht auf dem eigenen Server gespeichert, sondern werden beim Website-Aufruf von Google-Servern geladen. Bei diesem Vorgang werden personenbezogene Daten automatisch an Google übermittelt, was eine Verletzung des allgemeinen Persönlichkeitsrechts darstellt. Wer als Website-Betreiber nicht für den Schutz der personenbezogenen Daten der Nutzer sorgt, muss mit Abmahnungen aufgrund von DSGVO-Verstößen rechnen. Abhilfe verschafft die lokale Speicherung der Schriftarten. Ob die auf der eigenen Website eingebundenen Schriftarten remote oder lokal verwendet werden, kann mit einem Google Fonts Scanner überprüft werden, z. B. unter

www.e-recht24.de/google-fonts-scanner

STIMMUNG VERSCHLECHTERT SICH

TOURISMUSBRANCHE IN NIEDERSACHSEN BLICKT BESORGT IN DIE ZUKUNFT

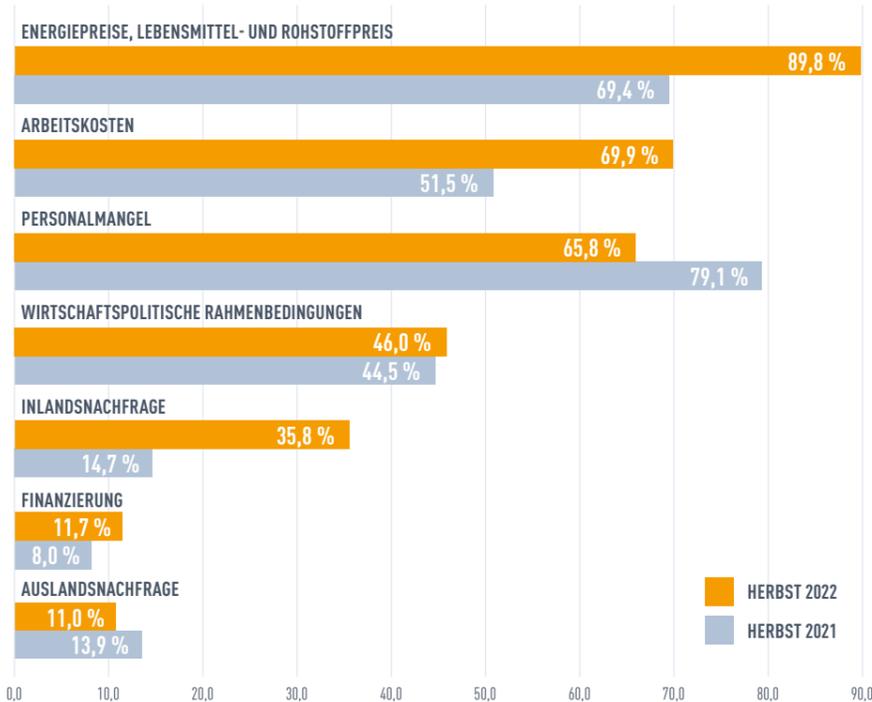
„Nach einem guten Sommer für den Tourismus in Niedersachsen trübt sich die Stimmung nun ein. Energiekosten, Personalmangel und sinkende Konsumbereitschaft lassen die Betriebe mit Sorge auf den Winter blicken“, so fasst IHKN-Tourismussprecherin Kerstin Kontny die Ergebnisse der aktuellen Saisonumfrage Tourismus zusammen. Der Klimaindex, der im letzten Sommer kurzzeitig wieder das Vor-Corona-Niveau von rund 130 Punkten erreicht hatte, blieb nun mit 93 Punkte noch leicht unter dem Frühjahrswert von 96,5 Punkten.

Nach einer guten Geschäftslage im Sommer – 55,4 Prozent der Unternehmen im Gastgewerbe beurteilen die letzte Saison als gut, 37,1 Prozent als befriedigend und nur 7,5 Prozent als schlecht – sind die Erwartungen an die nächste Saison eher schlecht. Jedes zweite Unternehmen erwartet eine ungünstigere Geschäftslage, nur 9,2 gehen von einer Verbesserung aus.

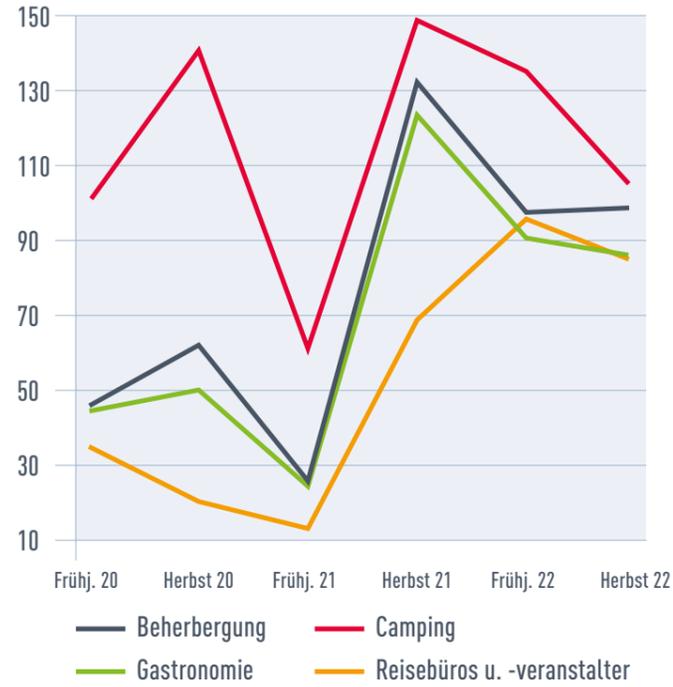
„Die Geschäftslage im Gastgewerbe war im Sommer in Niedersachsen grundsätzlich gut – auch wenn viele Urlaubsreisende das Ausland wieder für sich entdeckt haben. Gleichzeitige ziehen aber langsam auch das Tagungs- und Veranstaltungsgeschäft wieder an. Demgegenüber stehen nun steigende Kosten für die Betriebe – und auch für die privaten Haushalte, die sich zum Teil eher für ein warmes Wohnzimmer und gegen einen Kurztrip in Niedersachsen entscheiden“, so Kontny.

An der Umfrage beteiligten sich vom 17.10. bis 10.11.2022 mehr als 500 Betriebe aus Hotellerie, Gastronomie und Campingwirtschaft sowie Reisebüros und Reiseveranstalter.

GRÖSSTE RISIKEN IM GASTGEWERBE



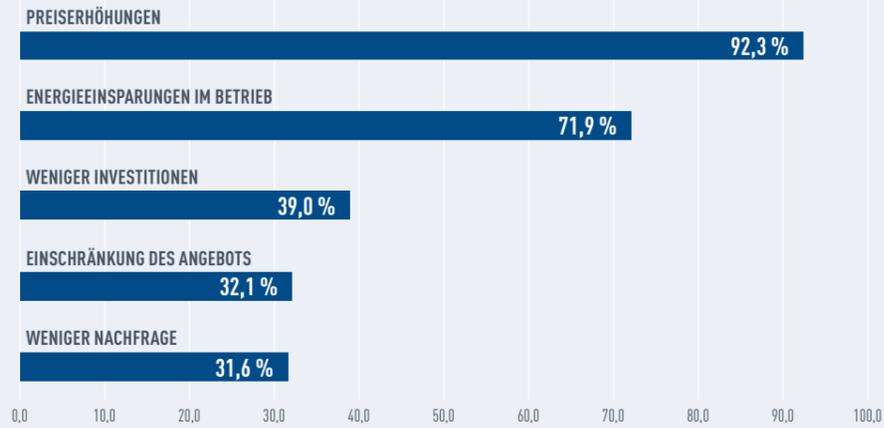
DER IHKN-KONJUNKTURKLIMAINDEX



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

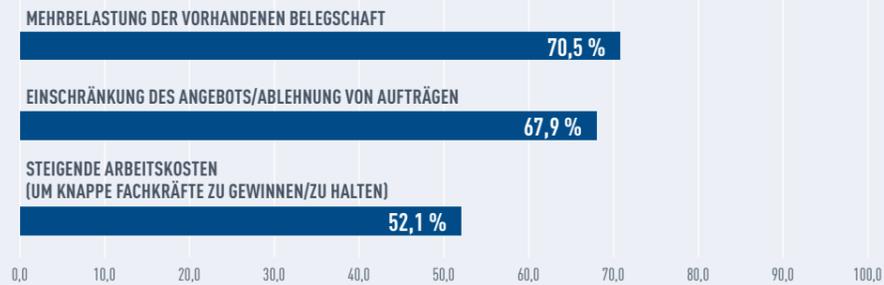
Die aktuelle Energiekrise spiegelt sich auch in den Zahlen wider. So haben Energie-, Lebensmittel- und Rohstoffpreise den Personalmangel als größtes Risiko für die Geschäftstätigkeit der Unternehmen abgelöst. Mit den Arbeitskosten liegt ein weiterer Kostenfaktor auf dem zweiten Platz. Danach folgt weiterhin der Mangel an Personal. Und auch die Inlandsnachfrage sehen 35,8 Prozent der befragten Betriebe als Risiko an. Denn nicht nur den Unternehmen, sondern auch den Privathaushalten machen steigende Kosten zu schaffen. Die Betriebe erwarten, dass sich dies negativ auf die Nachfrage auswirkt.

WELCHE FOLGEN HABEN DIE STEIGENDEN ENERGIEKOSTEN AUF IHREN BETRIEB?



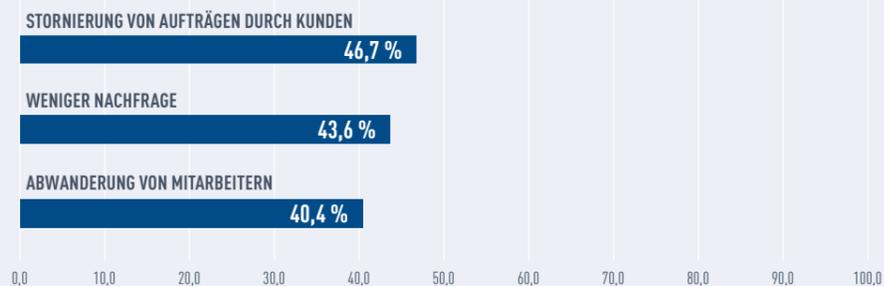
Die Betriebe gaben die steigenden Energie-, Lebensmittel- und Rohstoffpreise in der aktuellen Umfrage als größtes Risiko für ihre Geschäftstätigkeit an. Die Folgen steigender Energiekosten sind vor allem finanzieller Art. Auf die Frage, welche Folgen steigende Energiekosten haben, gaben 92,3 Prozent der Betriebe Preiserhöhungen an. 71,9 Prozent sparen Energie ein. 39 Prozent werden weniger Investitionen tätigen. Doch auch Angebot und Nachfrage sind betroffen. So werden 32,1 Prozent der Befragten ihr Angebot einschränken. 31,6 Prozent erwarten eine geringere Nachfrage auf Seiten der Gäste.

WELCHE FOLGEN WÜRD E EIN ANHALTENDER PERSONALMANGEL FÜR IHR UNTERNEHMEN HABEN?



Der anhaltende Personalmangel hat vor allem Folgen für die vorhandene Belegschaft und die Angebotsseite. 70,5 Prozent gehen von einer Mehrbelastung des vorhandenen Personals aus. 67,9 Prozent rechnen mit einer Einschränkung ihres Angebots bzw. der Ablehnung von Aufträgen, da ihnen die notwendigen Personalkapazitäten fehlen. Dies wirkt sich letztlich auch negativ auf die finanzielle Situation der Unternehmen aus, da sie weniger Umsätze generieren können. Gleichzeitig kommen steigende Arbeitskosten hinzu, um vorhandenes Personal zu halten und neues zu gewinnen.

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



Die Auswirkungen der Covid-Pandemie auf die Unternehmen haben sich im Vergleich zu den vorherigen Umfragen verringert. Dennoch wirkt sich die Pandemie auch weiterhin auf die Nachfrage aus. So gab noch immer nahezu jedes zweite Unternehmen an, dass Aufträge durch Kunden aufgrund der Pandemie storniert würden. 43,6 Prozent berichten von weniger Nachfrage. Eine weitere Folge ist die Abwanderung von Mitarbeitenden. Dies gaben 40,4 Prozent der Befragten an.

KLIMAWANDEL ANPACKEN

ANPASSUNGSSTRATEGIEN FÜR DEN TOURISMUS IN NIEDERSACHSEN

In insgesamt 18 Monaten fundierter Analysen und intensiven Austauschs hat sich die TourismusMarketing Niedersachsen GmbH (TMN) gemeinsam mit dem Niedersächsischen Ministerium für Wirtschaft, Arbeit, Verkehr und Digitalisierung, einem Expertenteam und weit über 100 Akteuren aus den niedersächsischen Reiseregionen dem Zukunftsthema Klimawandel gestellt.

Im TMN-Projekt „Klimawandel anpacken – Anpassungsstrategien für den Tourismus in Niedersachsen“ wurden wegweisende Erkenntnisse für die Reiseregionen Niedersachsens gewonnen sowie praxisnahe Orientierungshilfen entwickelt, um sich im Tourismus auf die Folgen des Klimawandels vorzubereiten.

Neben Übersichtspostern, regionalen Klima-Factsheets und Klimawirkungsketten steht ein „Anpassungskompass“ bereit, um den Standpunkt beim Thema Klimaanpassung im Tourismus zu ermitteln. Zur Inspiration für eigene Maßnahmen gibt es eine Ideen-

börse mit vielen Best-Practice-Beispielen für Klimaschutz und -anpassung im Tourismus. Ein „Förderradar“ zeigt auf, wie bei der Suche nach passenden Förder- und Finanzierungsmöglichkeiten vorgegangen werden sollte.

Im TMN-Werkzeugkasten befinden sich zudem Informationsblätter zum Umgang mit Extremwetterereignissen, wie Hitze oder zur Verkehrssicherungspflicht nach Stürmen. Leitfäden und Checklisten, wie beispielsweise zur klimabedingten Notfalls- und Krisenkommunikation tragen dazu bei, den Tourismus in Niedersachsen zukunftssicher aufzustellen, mögliche Imageschäden von Destinationen abzuwenden und flexibel auf die Bedürfnisse und Anforderungen der Gäste reagieren zu können.

Sämtliche Projektergebnisse stehen im Tourismusnetzwerk Niedersachsen unter nds.tourismusnetzwerk.info zur Verfügung.

DAS NI-LABEL – EIN LABEL FÜR DEN TOURISMUS IN NIEDERSACHSEN

Die TMN hat 2021 ein neues Corporate Design gelauncht und dabei ein Logo mit dem Claim „Niedersachsen – Fühl die Weite“ entwickelt. Das NI-Label kann von allen Unternehmen genutzt werden, die das touristische Niedersachsen prägen. Es ist in deutscher und englischer Übersetzung verfügbar und kann auf verschiedene Medien übertragen werden (Online, Offline, Werbemittel etc.).

Das NI-Label sowie Informationen zur Nutzung sind im Tourismusnetzwerk Niedersachsen unter nds.tourismusnetzwerk.info erhältlich.

Ansprechpartner:
Nadine Bungenstock
bungenstock@tourismuniedersachsen.de



Q-SEMINARE JETZT AUCH ONLINE MÖGLICH

Neben den bekannten Präsenz-Terminen gibt es mittlerweile ebenfalls die Möglichkeit, sich über ein Q-Online-Seminar auf digitalem Wege als Q-Coach ausbilden zu lassen.

Im onlinebasierten Q-Seminar werden die Inhalte an 4 Terminen vermittelt. In einem abwechslungsreichen Mix aus Training, Workshop, Austausch und „Hausaufgaben“ qualifizieren sich die Teilnehmer*innen in vier Modulen als Q-Coach, der dazu berechtigt ist, sein Unternehmen zur Q-Zertifizierung zu führen. Im Q-Seminar erhalten sie das Know- und Do-How, Teams in der betrieblichen Qualitätsentwicklung zu begleiten.

SIE LERNEN ...

- wie der Kunde Ihre Dienstleistung wahrnimmt.
- wie Sie Verbesserungen in Ihrem Betrieb anstoßen.
- wie Sie mit kreativen Methoden Erlebnisqualität schaffen.
- wie Sie mit unseren Werkzeugen Ihre Servicequalität optimieren.
- wie Sie Serviceideen mit uns in Ihrem Betrieb umsetzen.

DURCHFÜHRUNG / ABLAUF

Das Seminar besteht insgesamt aus vier Modulen die an vier verschiedenen Terminen stattfinden. Die einzelnen Module finden jeweils von 9.00–12.30 Uhr statt.

- **Modul 1:**
Kennenlernen, Kundenerwartungen, Grundlagen Qualitätsmanagement
- **Modul 2:**
Q-Werkzeugkasten, Servicekette, Mystery-Check, Audit
- **Modul 3:**
GAP-(Lücken-)Modell, Befragungswerkzeuge
- **Modul 4:**
Kreativtechniken, Ideenfindung, Maßnahmenplanung, Umsetzung im Betrieb

VERANSTALTER

DTV Service GmbH
Schillstraße 9, 10785 Berlin
Telefon 030 856215-161
edler@deutschertourismusverband.de

WEITERE INFORMATIONEN UND BUCHUNG

Die Buchung ist ab sofort über den neuen Shop des Deutschen Tourismusverbandes möglich (DTV-Shop). Damit Sie die Buchung im Shop vornehmen können, müssen Sie sich vorab im DTV-Portal registrieren. Zum Registrieren im DTV-Portal finden Sie hier ein Erklärvideo.



ANSTEHENDE SEMINARTERMINE:

- Q-Online-Seminar (4 Module jeweils von 09.00–12.30 Uhr)
06.12. / 09.12. / 13.12. / 20.12.2022
- Q-Seminar in Oldenburg, Niedersachsen (Präsenz 1,5 Tage)
08. und 09.12.2022

Sämtliche Seminartermine und weitere Informationen über ServiceQualität Deutschland stehen im Tourismusnetzwerk Niedersachsen unter nds.tourismusnetzwerk.info zur Verfügung.

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

MEHR INFORMATIONEN

TourismusMarketing Niedersachsen GmbH
Thorsten Glaß
Telefon: 0511 270488-23
E-Mail: qualitaet@tourismuniedersachsen.de
www.q-deutschland.de



ServiceQualität
DEUTSCHLAND

Rundreise durch Niedersachsen



Niedersachsen hat viele Gesichter! Die Tourismuskartenporträtierten in jeder Ausgabe eine andere Destination. In dieser Ausgabe stellt sich Lüneburg vor.

LÜNEBURG



Die mittelalterliche Architektur im Stil der Backsteingotik und die romantischen, historischen Giebel sind Lüneburgs Markenzeichen. Die beeindruckende Kulisse macht die Stadt auch attraktiv für Film und Fernsehen.

Lüneburg – Rote Rosen und viel mehr

Als Drehort der ADR-Telenovela „Rote Rosen“ erlebt die alte Salzstadt Lüneburg seit Jahren einen wahren Tourismusboom, den die Lüneburg Marketing GmbH mit unzähligen Ideen und Konzepten erfolgreich fördert. Jetzt will die Hauptstadt der Heide den Fokus auf weitere Zielgruppen legen und für Radfahrer*innen und Familien ein Eventpaket schnüren, das Sportler*innen, Naturliebhaber*innen und Kulturbegeisterte gleichermaßen anspricht.

Schon seit 16 Jahren sendet die ARD fast täglich die schönsten Facetten der alten Salzstadt untermalt von mitreißenden Lebensgeschichten und Achterbahnen der Gefühle direkt in die Wohnzimmer der Deutschen. Und sorgt dafür, dass rund 1,53 Millionen Zuschauer*innen von Flensburg bis Sonthofen Tag für Tag virtuell zu Gast in Lüneburg sind. Viele von ihnen machen sich früher oder später auf den Weg nach Lüneburg, seit 2006 Drehort und Kulisse der Erfolgsserie. Damit sind die „Roten Rosen“ ein unermüdliches Zugpferd für den Tourismus.

Die Stadt mit ihren rund 80.000 Einwohner*innen identifiziert sich uneingeschränkt mit ihrer Telenovela und nutzt diese erfolgreich für den Tourismus. Die Lüneburg Marketing GmbH bietet themenbezogene Führungen und im Fanshop unzählige Souvenirs der beliebten Serie an. Ebenso bieten vielseitige touristische Partner*innen Wochenend-Arrangements an und die Filmstudios organisieren jährlich den Rote-Rosen-Fantag. Der Run ist ungebrochen.

Doch Lüneburg bietet viel mehr als nur eine romantische Kulisse, durch die es sich zu schlendern lohnt. Die Stadt selbst erzählt Geschichte und macht diese „live“ erlebbar. Über 1050 Jahre alt, durch den Abbau von Salz zu großem Reichtum gelangt, fasziniert sie mit einem fast vollständig erhaltenen mittelalterlichen Stadtkern, mit geschichtsträchtiger



Architektur und einer Vielzahl historischer Gebäude. Damit bedient sie als Ziel für Städtereisende, Kulturinteressierte, naturverbundene Urlauber*innen und Rote-Rosen-Fans einen Trend im Tourismus, der auch in den kommenden Jahren weiter steigen wird. Täglich vermittelt die Tourist-Information in der Hochsaison bis zu 50 Stadtführungen, angefangen vom Klassiker, der einen guten Überblick über die markantesten Sehenswürdigkeiten gibt, über Themenführungen zur alten Salzstadt, Kostümführungen und kulinarischen Tripps bis hin zu Rundgängen zu den Rote-Rosen-Drehorten. So bleibt Lüneburg nicht nur als beeindruckendes Bauwerk, sondern als Stadt mit vielen Gesichtern in guter Erinnerung.

Die Zahlen sprechen für sich. Allein im ersten Halbjahr 2022 verzeichnete die Lüneburg Marketing GmbH 153.997 Übernachtungen – ein Plus von 181,6 Prozent im Vergleich zum Vorjahr. Verglichen mit den Zahlen von 2019 fehlen nur noch 4,81 Prozent. Seit Gründung der Gesellschaft vor 24 Jahren ist die Zahl der offiziell registrierten Übernachtungen pro Jahr in der Stadt auf über 300.000 gestiegen. Lüneburg hat sich zu einem der gefragtesten Städtereiseziele in Norddeutschland entwickelt.

Bei rund sieben Millionen Tagesbesucher*innen pro Jahr und rund 350.000 Übernachtungen verzeichnet die Stadt einen geschätzten Bruttoumsatz von rund 250 Millionen Euro. Die „Hauptstadt der Heide“ profitiert dabei von einem bundesweiten Trend: Deutschland ist auch im Jahr 2022 das beliebteste Reiseziel der Bundesbürger*innen. 30,6 Prozent der Deutschen haben Urlaub in der Heimat geplant. Damit liegt der Deutschland-Tourismus wie auch im vergangenen Jahr über den Zahlen vor der Pandemie. Vor allem Jüngere entdecken ihr Land als Reiseziel. Hinzu kommen neue Zielgruppen wie Radfahrer*innen und Familien, die die Stadt Lüneburg erobern.

Dem Trend folgend, legt die Lüneburg Marketing GmbH zukünftig den Fokus verstärkt auf das Thema „Radwandern“ und baut die Zusammenarbeit mit den umliegenden Landkreisen, der Flusslandschaft Elbe und dem Naturpark Lüneburger Heide weiter aus. Damit werden Bewegung auf dem Rad, Naturerlebnis und Kulturangebote zu einem perfekten Urlaub kombiniert. Für eine unkomplizierte Reiseplanung werden entsprechende Features wie Tourenplanung, Karten und Unterkünfte auf speziellen Reise- und Fahrrad-Apps wie „Bett+Bike“ platziert.

Neue Potenziale im Tourismus sollen weiterhin mithilfe von speziellen Reiseangeboten, die auf die jeweiligen Zielgruppen Lüneburgs (z.B. Reisegruppen, Städte- und Kulturtourist*innen, Rote Rosen-Fans) zugeschnitten sind, erschlossen werden. Vernetzte Reservierungs- und Informationssysteme in der ganzen Region erleichtern dabei den Gästen die Reiseplanung. Die Lüneburg Marketing GmbH will damit nicht nur neue Zielgruppen

erreichen, sondern auch die Aufenthaltsdauer Reisender in der Region verlängern. Eine Reise nach Lüneburg wird künftig mehr sein als ein Städtetrip für Wochenendbesucher*innen. Sie wird zum Mittelpunkt eines Erlebnispakets, das Naturwelten, Kulturangebote und tolles Shopping miteinander verbindet.

An der Umsetzung neuer touristischer Strategien arbeiten Citymanagement, Stadtmarketing, Eventmanagement und Tourismusförderung unter dem Dach der Lüneburg Marketing GmbH gemeinsam. Im Austausch von Stadt, Unternehmen, Kaufleuten, Verbänden und umliegenden Gemeinden entstehen neue Ideen für die Hansestadt Lüneburg. Gemeinsam entwickeln sie die Marke „Lüneburg“ als Stadt mit Charakter weiter, die Reisende aus allen Regionen der Welt anzieht und gleichzeitig Heimat für kreative Studierende und innovative Dienstleistungsunternehmen ist sowie ein Ort, an dem sich eine reichhaltige und vielfältige kulturelle Szene weiterentwickelt.

Gezieltes Stadtmarketing sorgt dafür, dass sich Lüneburg erfolgreich im Wettbewerb der Städte positioniert und seine Qualitäten als Wohnort sowie Einkaufs- und Touristenstadt national und international ins Rampenlicht stellt. Gleichzeitig geht es darum, die Stadt als Lebensmittelpunkt zum Wohlfühlen für ihre Bürger*innen nachhaltig zu gestalten und die hohe Wohn- und Lebensqualität, die Lüneburg zur wachsenden Stadt in der Metropolregion Hamburg macht, zu fördern. Diese Strategie wird durch die neuen Medien gezielt unterstützt, wie z. B. internationale Influencer, die ihren Followern zeigen, was Lüneburg zu bieten hat.



KONTAKT

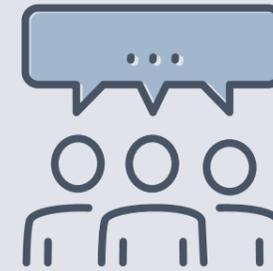
LMG Geschäftsführerin
Melanie-Gitte Lansmann (1. v. l.)
mit dem Team der Tourist-Info

Lüneburg Marketing GmbH
Telefon: 04131 20766-10
E-Mail:
melanie-gitte.lansmann@lueneburg.info
www.lueneburg.info



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

ÜBERN TELLERRAND



Coworking-Spaces bieten ein großes wirtschaftliches Potenzial im ländlichen Raum – das zeigt eine Studie im Auftrag des niedersächsischen Ministeriums für Bundes- und Europaangelegenheiten und Regionale Entwicklung. Dabei können nahezu alle Regionen in Niedersachsen von Coworking-Angeboten profitieren. Welche Vorteile Coworking bietet, welche Ausgestaltungen möglich sind und wie die touristischen Trends Workation und Retreat in die Coworking-Konzepte passen, lesen Sie unter www.mb.niedersachsen.de.



Welche Arbeits- und Fachkräftemängel entstehen bei welchen Tourismusakteuren? Welche Maßnahmen zur Arbeitskräftesicherung sind erfolgreich und vielversprechend? Wie kann die Wertschätzung gesteigert werden? Das Online-Panel des Kompetenzzentrums Tourismus des Bundes zum Arbeits-/ Fachkräftemangel im Tourismus hat die Herausforderungen und Handlungsoptionen in diesem hoch aktuellen Handlungsfeld untersucht. Weitere Informationen gibt es unter www.kompetenzzentrum-tourismus.de.



Eine aktuelle Studie des dwif zeigt, dass Caravanning-Tourismus für den Tourismus- und Wirtschaftsstandort Deutschland immer wichtiger wird. Camping-Urlauber besicherten der deutschen Wirtschaft allein im vergangenen Jahr über 15 Mrd. Euro Umsatz. Das ist ein Anstieg von einer Mrd. Euro im Vergleich zu 2020. Haupttreiber dieser Entwicklung ist der Reisemobiltourismus. Hintergründe und Details zur Studie finden Sie unter www.dwif.de.



Da Reisen mit Hund boomt, zeichnet der Deutsche Tourismusverband (DTV) Unterkünfte nicht mehr nur mit Sternen aus, sondern auch mit Pfoten. So soll Hundehaltern die Planung des Urlaubs mit ihren Vierbeinern erleichtert werden. Bei der Pfoten-Klassifizierung begutachtet ein Prüfer anhand von 32 Kriterien, ob das Ferienhaus oder die Ferienwohnung über eine hundegerechte Ausstattung verfügt. Punkte gibt es unter anderem für eine Hundedusche, hundefreundliche, leicht zu reinigende Bodenbeläge, Freilaufflächen und Partnerschaften mit dem örtlichen Tierarzt oder Hundesitter. Mehr dazu unter www.pfoten-klassifizierung.de.

IHKN Regional

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



**IHK
BRAUNSCHWEIG**



KONTAKT

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

NEUERÖFFNUNG

Welterbe-Informationszentrum in Clausthal-Zellerfeld

Der Harz hält für seine Besucher besondere regionale Sehenswürdigkeiten bereit und ist nun um eine weitere Attraktion reicher. Der Harz ging einst aus den Bergbauaktivitäten der Region hervor und ist aus Sicht von Experten so wertvoll, dass ihn die UNESCO zum Weltkulturerbe erklärte: In der UNESCO-Welterbestätte Bergwerk Rammelsberg, Altstadt von Goslar und Oberharzer Wasserwirtschaft, kurz „UNESCO-Welterbe im Harz“, finden die Gäste Spuren und Denkmale aus 3.000 Jahren Montanwirtschaft, die sich auf einer Fläche von über 200 km² erstrecken.

Am 18. September 2022 wurde das letzte von insgesamt drei Welterbe-Informationszentren im Harz in Clausthal-Zellerfeld eröffnet. Mit ca. 200 Gästen wurde das Infozentrum nach einem feierlichen Festakt, umrahmt von einem Gottesdienst in der St.-Salvatoris-Kirche, von Dr. Sabine Johannsen, Staatssekretärin im Ministerium für Wirtschaft und Kultur, stellvertretend für den Niedersächsischen Minister Björn Thümler, Goslars Landrat Dr. Alexander Saipa, Bürgermeisterin der Berg- und Universitätsstadt Petra Emmerich-Kopatsch und dem Stiftungsdirektor der Stiftung Welterbe im Harz, Gerhard Lenz, in Betrieb genommen. Nach dem Welterbe-Infozentrum in Walkenried im Juni 2020 war im April 2022 das Welterbe-Infozentrum im Alten Rathaus in Goslar dazu gekommen. An allen drei Standorten können sich die Besucher jeweils in einer anschaulich gestalteten Ausstellung kostenfrei an zum Teil interaktiven Stationen über das Thema Welterbe informieren. Auch die Bedeutung von UNESCO-Welterbestätten für die gesamte Weltgemeinschaft wird dargestellt; das Motto ist hier „Welterbe gehört allen und verbindet Menschen grenzüberschreitend miteinander“.

Die barrierearmen Infozentren dienen als Überblick über das UNESCO-Welterbe und bilden den Auftakt zu den Originalschauplätzen im Welterbe im Harz. An den jeweiligen Standorten übernehmen sie vor allem die Funktion als „Scheinwerfer“ für die Orte in direkter Nähe und vermitteln deren Besonderheiten. Am

Standort Goslar sind diese näher beleuchteten Orte das Weltkulturerbe Rammelsberg und die Altstadt von Goslar. Das neue Informationzentrum in Clausthal-Zellerfeld ist nach fast neun Jahren Planungszeit und eineinhalb Jahren Umbau in den Räumen der ehemaligen Museumsgaststätte errichtet worden. Herzstück eines jeden Welterbe-Infozentrums ist ein 3D-Landschaftsmodell mit Videoprojektion, die den Veränderungsprozess der 3.000 Jahre alten Kulturlandschaft im Westharz verdeutlicht. Mensch – Natur – Technik werden hier in einen zeitlichen und inhaltlichen Zusammenhang gebracht. Ein Film bietet den Gästen die einzigartige Möglichkeit, sich aus Vogelperspektive einen Überblick über das gesamte Welterbe im Harz und dessen untertägigen Dimensionen zu verschaffen, aber auch dessen beeindruckende Geschichte kennenzulernen. An einem Medienterminal können Besucher sich umfassend über alle Angebote und Veranstaltungen im Welterbe informieren. Mit einer individuell zusammengestellten Informations- und Wunschliste kann dann das Welterbe-Infozentrum verlassen und das Welterbe vor Ort erkundet werden.

Einen ersten Einblick und weitere Informationen finden alle Interessierten auf der Internetseite www.welterbeimharz.de



TOURISMUSKENNZAHLEN

Ankünfte und Übernachtungen im 1. Halbjahr 2022 stark gestiegen

Im 1. Halbjahr 2022 sind im Bereich der IHK Hannover auf Basis der Daten des Landesamtes für Statistik Niedersachsen 1.630.527 Gästeankünfte und 3.926.132 Gästeübernachtungen in den geöffneten Beherbergungsbetrieben mit mindestens 10 Betten und den geöffneten Campingplätzen mit mindestens 10 Stellplätzen registriert worden. Somit entfallen 28,1 % der 5.793.869 Ankünfte und 21,6 % der 18.209.893 Übernachtungen in Niedersachsen auf den Bereich der IHK Hannover. Im Vergleich zum entsprechenden Vorjahreszeitraum sind die Ankünfte kräftig um 170,4 % gestiegen, die der Übernachtungen um 104,8 %. Das Niveau der Vor-Corona-Zeit (des 1. Halbjahres 2019) mit damals 2.105.391 Ankünften und 4.797.508 Übernachtungen wird allerdings noch deutlich um 22,6 % bzw. 18,2 % verfehlt.

Während mit 48,1 % knapp die Hälfte der Ankünfte auf die Region Hannover entfällt (Rang 2: Landkreis Göttingen mit 18,9 %), beträgt der Anteil der Region Hannover bei den Übernachtungen 38,5 %. Hier folgen die Landkreise Göttingen und Hameln-Pyrmont mit 19,9 % bzw. 11,4 %. Der Übernachtungsanteil ausländischer Gäste beträgt im Be-

reich der IHK Hannover 10,5 % (auf Landesebene 6,5 %). Spitzenreiter ist die Landeshauptstadt mit 19,9 % (Region Hannover insgesamt 14,5 %), gefolgt von den Landkreisen Hildesheim (12,4 %) und Holz Minden (11,8 %), während in den Landkreisen Hameln-Pyrmont, Northeim und Schaumburg die Quote unter 5 % liegt.

In den Landkreisen Hameln-Pyrmont und Schaumburg mit den Heilbädern liegt die durchschnittliche Aufenthaltsdauer mit 4,1 bzw. 4,0 Tagen deutlich über dem Landesdurchschnitt von 3,1, während sie in der städtetouristisch geprägten Region Hannover lediglich 1,9 Tage (in der Landeshauptstadt selbst nur 1,5) beträgt. Die durchschnittliche Auslastung der angebotenen Schlafgelegenheiten hat im 2. Quartal deutlich Fahrt aufgenommen und liegt im Juni als bislang stärkstem Monat in der Bandbreite zwischen 42,7 % (Landkreis Schaumburg) und 39,1 % (Region Hannover (dar. Landeshauptstadt mit 44,2 %)) an der Spitze sowie 30,1 % (Landkreis Diepholz) und 25,8 % (Landkreis Northeim) am Tabellenende. Auf Landesebene beträgt sie für das 1. Halbjahr 2022 28,6 % (Juni: 41,0 %).



IHK HANNOVER

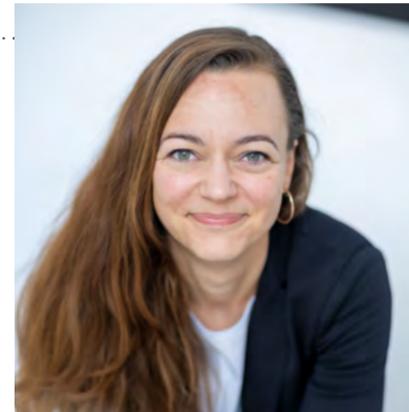


KONTAKT

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



IHK LÜNEBURG-WOLFSBURG



KONTAKT

Ihre Ansprechpartnerin
in der IHK Lüneburg-Wolfsburg:
Medina Gaidus
Telefon: 04131 742-147
medina.gaidus@ihklw.de
www.ihk-lueneburg.de

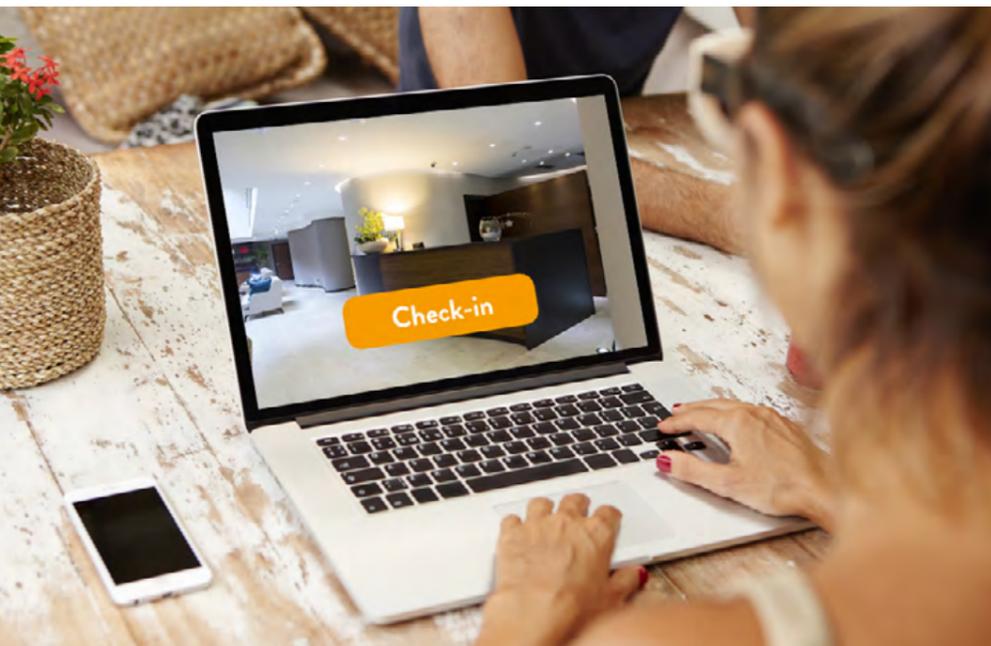
QUARTIERSGEMEINSCHAFTEN IN NIEDERSACHSEN

Projekt in Neu Wulmstorf ausgezeichnet

Am 28. September 2022 wurden die Projekte des landesweiten Wettbewerbs „Quartiersgemeinschaften in Niedersachsen“ von einer hochkarätigen Jury aus verschiedenen Fachrichtungen bewertet und ausgezeichnet. Der Wettbewerb wurde im Jahr 2021 erstmalig nach der Verabschiedung des Niedersächsischen Quartiersgesetzes (NQG) aufgesetzt. Die Förderung dient der Entwicklung von Quartiersgemeinschaften, die durch individuelle Konzepte für die Aufwertung von Innenstädten, Stadtteilzentren, Wohn- oder Gewerbegebieten oder sonstige Quartieren sorgen möchten. Eine nicht zu unterschätzende Rolle in der Quartiersentwicklung spielt das private Engagement von Gewerbevereinen, Standortgemeinschaften oder Stadtmarketinginitiativen, das tagtäglich in die Stärkung der Innenstädte, Ortskerne und sonstiger Quartiere einfließt. Insgesamt haben 15 Quartiersgemeinschaften aus diesem und letztem Jahr ihr Engagement sichtbar gemacht.

Unter anderem gehen dieses Jahr Fördermittel in Höhe von rund 80.000 Euro an die Initiative „Vosshusen Einkaufszentrum“ aus Neu Wulmstorf, die den Fokus auf eine nachhaltige und barrierefreie Umgestaltung des Ortskerns legt.

Der Wettbewerb war vom 15. Juli bis zum 9. September 2022 ausgeschrieben und ist ein Gemeinschaftsprojekt des Niedersächsischen Ministeriums für Umwelt, Energie, Bauen und Klimaschutz mit der IHK Niedersachsen (IHKN), der NBank sowie Stadt + Handel als fachliche Beratungsstelle. Neben klassischen Handelslagen werden auch Wohnquartiere und energetische Konzepte gefördert. Es zeigt sich, dass das Niedersächsische Quartiersgesetz den richtigen Ansatz verfolgt. Es leistet einen Beitrag zur Wohnraumversorgung nicht nur im Neubau, sondern auch durch den Erhalt und die Aufwertung im Bestand und trägt so auch zum Ressourcen- und Klimaschutz bei. Mit den energetischen Maßnahmen wird der Klimaschutz gestärkt und bezahlbarer Wohnraum erhalten. Durch das Projekt wird Neu Wulmstorf auch touristisch attraktiver und Niedersachsen damit noch etwas lebenswerter.



NEUE STUDIE

Tourismus bedeutender Wirtschaftsfaktor im Oldenburger Land

Welche Bedeutung hat die Tourismusbranche im Oldenburger Land? Welche Rolle spielen Übernachtungs- und Tagestouristen? Wie viele Menschen beziehen ihr Einkommen direkt oder indirekt durch den Tourismus?

Die Oldenburgische Industrie- und Handelskammer (IHK) zeigt mit einer neuen Studie der dwif-Consulting GmbH, München, wirtschaftliche Effekte des Tourismus auf. Die Zahlen stammen aus dem Vor-Corona-Jahr 2019, so sind die Aussagen nicht pandemiebedingt beeinflusst.

Moritz Sporer, Leiter ökonomische Analysen der dwif-Consulting GmbH, hat die Studie erarbeitet. Die von ihm festgestellten Kernergebnisse für das Jahr 2019:

- Es gab 12,1 Millionen Übernachtungen in Beherbergungsbetrieben, auf Campingplätzen sowie bei Verwandten und Bekannten,
- 41 Millionen Tagesgäste kamen in die Region,
- dabei wurden rund 2 Milliarden Euro Bruttoumsatz generiert,
- dies entspricht einer Wertschöpfung von 950 Millionen Euro,
- das daraus ableitbare Einkommensäquivalent entspricht 38.750 Arbeitsplätzen.

Sporer fasst zusammen: „Die Branche trägt mit 3,6 Prozent zum Primäreinkommen im IHK-Bereich bei.“

„Wenn man alle Tages- und Übernachtungsgäste zusammenzählt, kommen wir auf 53 Millionen Aufenthaltstage insgesamt im Oldenburger Land. Jeder 25. Euro in der Region wird im Tourismus ausgegeben. Das unterstreicht die Bedeutung des Tourismus als Wirtschaftsfaktor in der Region. Darauf können wir weiter aufbauen“, so Carola Havekost, IHK-Geschäftsführerin für den Bereich Tourismus. „Ein wichtiger Schritt ist es, die Kräfte der Akteure im Tourismus optimal zu bündeln

und die Region deutschlandweit noch besser zu vermarkten. Ein Beispiel ist die im Januar gegründete Tourismus-Agentur Nordsee GmbH (TANO). Hier sind wir auf dem richtigen Weg.“

„Die Studie verdeutlicht, dass es kaum einen Wirtschaftsbereich gibt, der nicht direkt oder indirekt von den Ausgaben der Touristen profitiert. Neben den klassischen Anbietern wie Beherbergungs-, Gastronomie- und Freizeitbetrieben sei es eine Vielzahl von Branchen. Dazu zählen Einzelhandel, Handwerk, Landwirtschaft, Transportunternehmen, Energieerzeuger und sonstige Dienstleister“, so Havekost. Auch den Städten und Gemeinden komme eine starke Tourismuswirtschaft zu Gute. Insgesamt beläuft sich das durch den Tourismus bedingte Steueraufkommen aus Einkommens- und Mehrwertsteuer abzüglich Vorsteuer auf rund 186,3 Millionen Euro.

Mit 716 Millionen Euro Umsatzausfall im Jahr 2020 wurde der Tourismus im Oldenburger Land während der Pandemie schwer getroffen, wie eine Berechnung des dwif zeigt. „Reiselust ist jedoch definitiv vorhanden“, meint Tourismusberater Sporer. „Der Tourismus wird aber ein anderes Gesicht bekommen. Betriebe müssen neue Trends erkennen, ihr Profil schärfen und geeignete Produkte entwickeln.“

Thomas Bruns, Vorsitzender des IHK-Tourismusausschusses, gibt zu bedenken: „Eine Renaissance im Tourismus werden wir nur erleben, wenn wir die aktuellen Krisen gestemmt bekommen. Die Energie-Krise führt zu drastischen Kostensteigerungen in fast allen Beschaffungsbereichen. Diese können wir nicht in gleichem Maße an die Gäste weitergeben. Existenzielle Nöte vieler Betriebe nehmen zu. Zudem ist während der Corona-Pandemie viel Personal in andere Branchen abgewandert. Restaurants bleiben immer öfter geschlossen. Aus diesen Notlagen müssen wir raus, gemeinsam Lösungen finden. Dann können unsere Betriebe wieder positiver nach vorn blicken.“



OLDENBURGISCHE IHK



KONTAKT

Ihre Ansprechpartnerin in der Oldenburgischen IHK:
Sandra Zink
Telefon: 0441 2220-315
sandra.zink@oldenburg.ihk.de
www.ihk-oldenburg.de



IHK OSNABRÜCK- EMSLAND- GRAFCHAFT BENTHEIM



KONTAKT

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

STUDIE DER UNI OSNABRÜCK GESTARTET

Wie kann die Gastronomie besser durch Krisen kommen?

Darüber, wie stark Gastronomiebetriebe unter der Covid-19-Pandemie und den daraus resultierenden Maßnahmen gelitten haben, wurde in den letzten beiden Jahren bereits viel geschrieben. Wäre es nicht interessant zu wissen, warum manche Betriebe besser durch diese Krise gekommen sind als andere? Daraus könnten nicht nur Gastronominnen und Gastronomen lernen, wie sie ihre Betriebe krisensicherer machen können, sondern es könnten auch Handlungsempfehlungen für Politik und Wirtschaftsförderungen abgeleitet werden, wie sie die Gastronomie besser unterstützen könnten. Genau dies ist das Ziel eines neuen Forschungsprojektes an der Universität Osnabrück, das Prof. Dr. Martin Franz beim IHK-Fachausschuss Tourismus am 10. Oktober 2022 in Osnabrück vorstellte.

Prof. Franz ist Wirtschaftsgeograph und beschäftigt sich bereits seit einigen Jahren mit dem Wandel in der Gastronomie. „Die Entwicklung der Gastronomie wurde nicht nur in der Wissenschaft, sondern auch in der Wirtschaftsförderung zu lange vernachlässigt – dabei hat sie gerade vor dem Hintergrund des zunehmenden Online-Handels eine wachsende Bedeutung für die Anziehungskraft unserer Innenstädte“, erläuterte er seine Motivation. Schon in der ersten Covid-19-Welle führte er zusammen mit seinen Teammitgliedern Dr. Thomas Neise und Dr. Philip Verfürth deutschlandweit eine Befragung von Gastronomiebetrieben durch. „In der ersten Covid-19-Welle überlegten wir, dass wir eigentlich sofort eine Befragung von Gastronomiebetrieben durchführen sollten, um zu erfahren, welche Auswirkungen die Pandemie haben würde“, so Prof. Franz. „Damals ahnten wir noch nicht, wie lange die Pandemie dauern

würde.“ Die deutschlandweit durchgeführte Onlinebefragung war erfolgreich: Über 600 Unternehmen beteiligten sich. „Die Ergebnisse waren für uns zum Teil überraschend, insbesondere weil sich zeigte, dass die Gastronominnen und Gastronomen auf dem Land ihre Situation positiver beurteilten als in der Stadt.“ Auf den Ergebnissen soll in dem neuen Projekt aufgebaut werden. Dieses trägt den etwas sperrigen Titel „Organisationale Resilienz in der COVID-19-Pandemie: Krisenbewältigung und strategische Anpassung von Gastronomiebetrieben in niedersächsischen Städten“ und wird vom Land Niedersachsen im Rahmen des Programms PRO*Niedersachsen gefördert.

Im kommenden Jahr werden die Wissenschaftler vom Institut für Geographie in diesem Rahmen erneut Befragungen durchführen. Dazu soll flächendeckend eine Online-Befragung von Gastronomiebetrieben durchgeführt werden, in bestimmten Gebieten wird auch per Telefon befragt, um eine größere Anzahl von Betrieben zu erreichen. Ergänzt werden diese standardisierten Befragungen durch intensive Interviews, die mit ausgewählten Gastronominnen und Gastronomen und anderen relevanten Akteurinnen und Akteuren geführt werden sollen. Schließlich ist es geplant, die Ergebnisse in drei Workshops zu diskutieren. Die IHK Osnabrück – Emsland – Grafschaft Bentheim unterstützt das Forschungsprojekt und die Befragungen in der Gastronomie/Hotellerie.



Warum sind manche Betriebe besser durch die Corona-Krise gekommen als andere? Dieser Frage geht ein Forschungsprojekt an der Universität Osnabrück nach.

TOURISMUSAUSSCHUSS

Zukunft der Energiekrise zentrales Thema

Steigende Energiekosten, höhere Sparneigung, Energieeinsparverordnungen: Die Energiekrise beschäftigt zurzeit nahezu alle Unternehmen. So stand auch die letzte Sitzung des Ausschusses für Tourismus, Hotel- und Gaststättengewerbe der Industrie- und Handelskammer für Ostfriesland und Papenburg ganz im Zeichen der aktuellen Thematik.

Einblicke in die Entwicklungen im Energiebereich aus Sicht eines Energieversorgers bot ein Vortrag von Thorsten Schlamann, Kaufmännischer Geschäftsführer der Wirtschaftsbetriebe der Stadt Norden GmbH. Zu den Aufgaben der Wirtschaftsbetriebe zählen die Energie- und Wasserversorgung durch die Stadtwerke Norden, der Betrieb des Tourismusservice sowie der Betrieb zweier Bäder. Schlamann stellte unter anderem die Beschaffungsstrategie der Stadtwerke vor und erläuterte den zeitlichen Versatz zwischen Beschaffung und Lieferung der Energie. Des Weiteren ging er auf die Preisentwicklung von Strom und Gas ein. Für die Strompreise stellte er in Aussicht, dass diese – bei Wiederinbetrieb-

nahme der Kernkraftwerke in Frankreich und Ausbau von PV- und Windkraftanlagen – mittelfristig wieder fallen werden. Ein anderes Fazit zog er für die Gaspreisentwicklung: Unter den gegebenen weltpolitischen Bedingungen werde der Gaspreis auf lange Sicht niemals wieder auf das Niveau von 2020 zurückkehren. Im anschließenden Austausch zeigte sich die unterschiedliche Betroffenheit der Unternehmen. Vor allem die Bäderbetriebe sind von den aktuellen Entwicklungen akut betroffen. Einige Hoteliers dagegen setzen schon länger auf Erd- oder Fernwärme. Weitere energiepolitische Themen im Ausschuss waren die Energieeinsparverordnung der Bundesregierung sowie die Vorschläge der Gaskommission zur Abfederung der stark steigenden Energiekosten. Adenike Bettinger, Energiereferentin der IHK, stellte in diesem Zuge die Details der Vorschläge der Expertenkommission für kleine und mittlere Unternehmen sowie für Industriekunden vor. Als Mitglied der Expertenkommission zeigt sich die IHK-Organisation mit den Ergebnissen zufrieden.

6X60 – BLEIBT ALLE ANDERS?

Gemeinsam mit den IHKs in Oldenburg, Stade und Bremen bietet die IHK Ostfriesland und Papenburg kostenfreie Online-Impulse zu aktuellen Themen in Gastgewerbe und Reisebranche. 2022 sind noch weitere Webinare zu den Themen Energiekrise und Cyber-sicherheit geplant.

Schauen Sie also einfach mal vorbei unter www.ihk.de/emden

Q-SEMINAR

Am 08. und 09.12.2022 findet in der IHK in Oldenburg ein Seminar des Schulungs- und Zertifizierungssystems ServiceQualität Deutschland statt. Das Seminar richtet sich an kleine und mittlere Dienstleister im Tourismus, die ihre Gäste mit Servicequalität begeistern möchten. Das Seminar findet in Kooperation mit der IHK für Ostfriesland und Papenburg statt und steht allen Betrieben des Bezirks offen.

Nähere Informationen zur Schulung sowie die Möglichkeit zur Anmeldung finden Sie unter www.q-deutschland.de



IHK FÜR OSTFRIESLAND UND PAPENBURG



KONTAKT

Ihre Ansprechpartnerin in der IHK für Ostfriesland und Papenburg:
Wiebke Eilts
Telefon: 04921 8901-47
wiebke.eilts@emden.ihk.de
www.ihk.de/emden



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

MIT APP. & CO. AUF ERFOLGSKURS

Individuelle Urlaubserlebnisse dank neuer digitaler Angebote

Raum für ganz persönliche Entdeckungstouren gibt es im Alten Land am Elbstrom in Hülle und Fülle. Und jede Menge tolle Ideen dazu: Urlauberinnen und Urlauber und Bürgerinnen und Bürger aus der Region können seit diesem Jahr auf die neuen digitalen Angebote des Tourismusverbandes Landkreis Stade / Elbe e.V. zurückgreifen. Gemeinsam mit ihrem Team hat Dr. Monika Rulle, die Geschäftsführerin des Tourismusverbandes, in den letzten Jahren die Grundlage dafür gelegt, dass sich die Urlaubsregion mit all ihren Facetten auf der Höhe der Zeit präsentiert.

„Unsere Gäste haben hohe Ansprüche an die Erlebnisvielfalt im Landkreis Stade und wollen sich schon vor der Anreise auf unserer Website und über die App. Altes Land am Elbstrom informieren und inspirieren lassen“, weiß die Touristikerin zu berichten. Der Tourismusverband hat daher ein komplett neues Datenbanksystem auf den Weg gebracht. Ob Öffnungszeiten, Details über Radtouren oder touristische Highlights der Region: Über eine Schnittstelle zur ganzheitlichen Datenbank der TourismusMarketing Niedersachsen (TMN) – auch Niedersachsen-Hub genannt – finden die Informationen aus der Region den Weg zu den Gästen und dies unabhängig vom jeweiligen Kanal.

Aus ihrer langjährigen wissenschaftlichen Tätigkeit als Professorin an den Universitäten von Greifswald und Lüneburg weiß Dr. Monika Rulle, welche Bedeutung der strategischen Ausrichtung einer Region in touristischen Belangen zukommt. „Wir haben daher auch die Kernzielgruppe unserer Region nochmals geschärft und fokussieren uns jetzt auf Gäste der adaptiv-pragmatischen Mitte“, erläutert Dr. Rulle. Zu dieser Gruppe gehört die junge, moderne, digitale Mitte, aktiv, familien- und spaßorientiert – ein Milieu, das in der Bevölkerung zunehmen wird. Schon beim Blick auf die neugestaltete Website unter www.urlaubsregion-altesland.de wird deutlich, dass sich die umfassende Neuausrichtung nicht in einem bloßen Facelift erschöpft. Modern und übersichtlich lädt die Website dazu ein, den

Urlaub in Nordeuropas größtem geschlossenem Obstanbaugebiet zu erleben. Dabei werden die touristischen Highlights der Region zusätzlich durch mehr als 500 neue Fotos illustriert, die eine eigens dafür beauftragte Fotoagentur im Alten Land am Elbstrom aufgenommen hat. Auch die App der Urlaubsregion wurde komplett überarbeitet und neugestaltet. Dabei wurde auch die Bedienbarkeit verbessert. Intuitiv finden sich hier bereits auf den ersten Blick die beliebtesten Rad- und Wandertouren im Landkreis.

Trotz der digitalen Angebote: Das Alte Land am Elbstrom mit seinen vielfältigen Angeboten und den Erlebnissen vor Ort muss man live erlebt haben. Und da bietet sich auch die Herbst- und Winterzeit mit ihren ganz eigenen Reizen an.



Vorschau

NÄCHSTE
AUSGABE

Frühjahr/
Sommer 2023

BAD GANDERSHEIM

Bad Gandersheim ist 2023 Gastgeberin der 7. Niedersächsischen Landesgartenschau. Vom 14. April bis 15. Oktober finden in der Roswitha-Stadt die GARTEN.FEST. SPIELE. statt. Welche gärtnerischen und Veranstaltungshighlights die LAGA bereithält und welche Bedeutung sie für die Stadt Bad Gandersheim hat, erfahren Sie in der nächsten Ausgabe der IHKN-Tourismusanmeldungen.



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



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 Tourismus der IHKN,
Abteilungsleiterin Tourismus,
Handel und Dienstleistungen der
IHK für Ostfriesland und Papenburg

Redaktion:

Wiebke Eilts
Referentin für Tourismus,
Handel und Dienstleistungen
IHK für Ostfriesland und Papenburg
Ringstraße 4, 26721 Emden
Telefon: 04921 8901-47
E-Mail: wiebke.eilts@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:
November 2022

Bildnachweise:

Titel: © TMN Francesco Carovillano, Seite 2: Bild links © www.tobiastripp.eu, Bild Mitte © EXC Media/Paul Vogt, Bild rechts © Cast Of Thousands, shutterstock.com / Montage Anne Ries, Seite 3: © ISABELL MASSEL, Seite 4: © Jürgen Borris, Seite 5: Bild oben © Kurbetriebsgesellschaft Bad Zwischenahn, Bild unten © HamelnMarketing, Seite 6: © www.tobiastripp.eu, Seite 9: © Tatyana Aksenova, shutterstock.com, Seite 11: © Happy Art, shutterstock.com, Seite 12: © TMN / Alex Kaßner, Seite 13: © Marta Sher, shutterstock.com, Seite 14: © EXC Media/Paul Vogt, Seite 15: © EXC Media/Paul Vogt, Seite 16: Bild oben © LMG, Bild unten links © ARD/Studio Hamburg Serienwerft/ Nicole Manthey, Bild unten rechts © LÜNEBURG MARKETING GmbH, Seite 17: © Happy Art und Artco, beide shutterstock.com, Seite 18: © TMN TourismusMarketing Niedersachsen GmbH, Seite 19: Porträt © oh, Bild unten © Stefan Sobotta, Seite 20: Porträt © Andrea Seifert Photography www.andraseifert.de, Bild unten © Cast Of Thousands, shutterstock.com / Montage Anne Ries, Seite 21: Porträt © Andreas Tamme, tonwert21.de, Bild unten © Jörg Schiffke, Seite 22: Porträt © Foto- und Bilderwerk, Seite 23: Porträt © Foto-Studio Effing, Bild unten © bodnar.photo, shutterstock.com, Seite 24: Porträt © Susanne Schadewald, Seite 25: Porträt © Andreas Friedrich, Bild unten © IHK Stade, Seite 26: © LAGA, Seite 27: © shutterstock.com/Peter Kotoff / Montage © Anne Ries

.....

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