

TOURISMUS NACHRICHTEN

IHKN-TOURISMUSNACHRICHTEN
WINTER 2024/2025

Zahlen und Fakten
**SAISONUMFRAGE
TOURISMUS**

Interview
**„NACHHALTIGKEIT ALS
CHANCE VERSTEHEN“**

CUXHAVEN

Ein Nordseeheilbad
stellt sich vor

Inhalt

Herbst/
Winter
2024

AKTUELL

SEITE 4

- 5 TERMINE
- 6 WETTBEWERBE UND GEWINNER
- 7 NEUES VON DER TMN

NACHGEFRAGT

SEITE 8

- 8 NACHHALTIGKEIT ALS CHANCE VERSTEHEN
Meike Zumbrock (TMN)
im Interview



ZAHLEN & FAKTEN

SEITE 10

- 10 SAISONUMFRAGE TOURISMUS
Fehlende Planbarkeit macht
Betrieben zu schaffen

IHR GUTES RECHT

SEITE 12

- 12 E-RECHNUNGEN & MELDERECHT
- 13 BFSG, BESTPREISKLAUSEL
& DATENSCHUTZ



RUNDREISE

SEITE 14

- 14 CUXHAVEN
Ein Nordseeheilbad
stellt sich vor

ÜBERN TELLERRAND

SEITE 17

- 17 ÜBERN TELLERRAND

IHK-N REGIONAL

AB SEITE 18

- 19 BRAUNSCHWEIG
- 20 HANNOVER
- 21 LÜNEBURG-WOLFSBURG
- 22 OLDENBURG
- 23 OSNABRÜCK-EMS-LAND-
GRAFSCHAFT BENTHEIM
- 24 OSTFRIESLAND UND PAPANBURG
- 25 ELBE-WESER



AUSBLICK

SEITE 26

- 26 IMPRESSUM



Gesundheit im Wandel

Die 38 Kur- und Heilbäder in Niedersachsen haben mit über 600 Angeboten aus Prävention und Kur nur ein Ziel – Ihre Gesundheit.

Damit wir weiter erfolgreich an diesem Ziel arbeiten können, benötigen die Heilbäder und Kurorte in Niedersachsen dringend mehr finanzielle Unterstützung vom Land. Insgesamt 38 Millionen Euro wurden berechnet, um die einmalige Infrastruktur erhalten und ausbauen zu können. Der Heilbäderverband plädiert daher eindringlich an das Land Niedersachsen, in den Tourismus und insbesondere in die Heilbäder und Kurorte zu investieren, wie im Koalitionsvertrag beschrieben.

Ausgezahlt wurde in diesem Jahr die erstmalige Förderung der hochprädkatisierten Heilbäder und Kurorte in Höhe von zwei Millionen Euro. Projekte, die aktuell davon profitieren sind beispielsweise ein Sole-Gradierpavillon in Bad Harzburg, ein historisches Wasserrad am Gradierwerk anlässlich des Jubiläums „300 Jahre Solequelle“ in Bad Rothenfelde und die Fortführung der Tourismusstrategie in Bad Zwischenahn, die wiederum ein Hebel für weitere Aktivitäten und die Sicherstellung der möglichen Durchführung der Landesgartenschau 2030 in Bad Zwischenahn darstellt. Insgesamt geht es uns darum, durch eine sehr anspruchsvolle Infrastruktur im nationalen und internationalen Wettbewerb bestehen zu können.

Mit der Politik stehen wir im unmittelbaren Austausch, um diese Summe zu verstetigen und auch zu erhöhen. Schließlich entfallen mehr als die Hälfte der touristischen Übernachtungen in Niedersachsen, fünf Milliarden Euro Bruttoumsatz sowie 101.000 Vollzeit Arbeitsplätze auf unsere Heilbäder und Kurorte.

Im Zusammenspiel von Wirtschaft und Politik müssen wir dabei noch besser werden, um gemeinsam mehr zu erreichen. Ich denke dabei auch an die Zusammenarbeit mit Wissenschaft, Forschung und weiteren Playern. Auch die zehn Jahre alte Tourismusstrategie des Landes muss überarbeitet werden. Das Reiseverhalten, aber auch die Ansprüche und Bedürfnisse der Patienten und Gäste, haben sich massiv verändert. Im Wettbewerb mit den anderen Bundesländern, aber auch international, dürfen wir nicht zurückfallen.

Und es gibt weitere Herausforderungen. Um die Angebote an die Bedürfnisse der Kurenden weiter optimal anzupassen, werden in unseren Kur- und Heilbädern dringend Badeärzte gesucht. Doch die Weiterbildung wird als wenig attraktiv eingeschätzt. Für eine Aufwertung habe ich mich persönlich und gemeinsam mit dem Verband der Deutschen Badeärzte e.V. stark gemacht. Erste Erfolge auf Bundesebene haben wir erzielt. Ebenso haben wir in unseren Kur- und Heilbädern sogenannte Kurortlotsen installiert, bei denen sich das Wissen zum Thema Kurwesen bündelt. Unsere Gäste der Ambulanten Vorsorgekur werden so professionell betreut. Davon profitiert am Ende auch der Badearzt.

Liebe Leserinnen, liebe Leser, ich wünsche Ihnen eine wunderbare Weihnachts- und Winterzeit und vielleicht sehen wir uns ab dem 25. November im Lichtermeer im Bad Zwischenahner Kurpark. Ich freue mich drauf!

Ihr Dr. Norbert Hemken
Vorsitzender des Heilbäderverbands
Niedersachsen e.V.

www.ihk-n.de/tourismusanfragen

Finden Sie uns auf LinkedIn:
[www.linkedin.com/company/
ihkn-tourismusanfragen](https://www.linkedin.com/company/ihkn-tourismusanfragen)



BRANCHEN- VERANSTALTUNGEN

25. und 26. November 2024
Hamburg
Deutscher Tourismustag

12. bis 14. Januar 2025
Nürnberg
HOGA Nürnberg

13. Januar 2025
Bremerhaven
Tag der Bustouristik

19. und 20. Februar 2025
Cuxhaven
NordseeTourismusTag

28. Februar 2025
Neumünster
Norddeutsche Tourismuskonferenz

14. bis 18. März 2025
Hamburg
INTERNORGA

IHKN trifft den Unterausschuss Tourismus

IHKN TRIFFT DEN UNTERAUSSCHUSS TOURISMUS

Um die Herausforderungen der Branche gemeinsam anzugehen und der Landespolitik die aktuelle Lage zu erläutern, waren Unternehmer und Vertreter der niedersächsischen IHKs am 21. November im Unterausschuss Tourismus des Landtages zu Gast. „Wir freuen uns, dass wir den Abgeordneten die aktuellen Herausforderungen anhand von Beispielen schildern konnten. Um die Tourismusbranche zukunftsfähig aufzustellen, müssen wir vor allem bei den Themen Bürokratie, Personal und Fachkräfte, Infrastruktur und Mobilität sowie Finanzierung und Förderung dringend vom Reden ins Handeln kommen“, so IHKN-Tourismussprecherin Kerstin van der Toorn.



Im direkten Gespräch mit der Landespolitik – dies ermöglichte die Teilnahme an der Sitzung des Unterausschusses Tourismus.

FORSCHUNGSPROJEKT AIR LÄDT ZUR DIGITALEN ABSCHLUSSVERANSTALTUNG EIN

Nach drei Jahren intensiver Forschung lädt das Projekt „AI-basierter Recommender für nachhaltigen Tourismus“ (AIR) zur digitalen Abschlussveranstaltung ein. Am 28. November 2024 von 10:00 bis 13:00 Uhr werden die Ergebnisse des Projekts präsentiert, das auf den Einsatz von KI zur intelligenten Steuerung von Besucherströmen abzielt. Ziel war es, touristische Hotspots zu entlasten und alternative Reiseziele zu fördern – ein Beitrag zur Reduzierung von Overtourismus.

Expertinnen und Experten aus Forschung und Praxis stellen die entwickelten Verfahren vor und diskutieren ihre Anwen-

dungsmöglichkeiten im Tourismus. Die Veranstaltung bietet Raum für Austausch und Diskussionen zur Zukunft des nachhaltigen Tourismus.

Interessierte können sich unter folgendem Link zur Veranstaltung anmelden:
www.eventbrite.com



WETTBEWERBE UND GEWINNER

DAS GOLDENE LEUCHTFEUER

Zum zweiten Mal vergibt die Tourismus-Agentur Nordsee GmbH (TANO) „Das Goldene Leuchtf Feuer“, ein Tourismus-Award, der zukunftsweisende Ideen für den Tourismus im TANO-Gebiet auszeichnet. Der Award wird in zwei Kategorien vergeben. Mit dem Jurypreis werden neue Ideen und Denkansätze rund um das Engagement am Gast besonders wertgeschätzt. Die fachliche Auswahl trifft eine von der TANO berufene Jury. Der Publikumspreis wird über ein Online-Voting entschieden und prämiert kreative Ideen aus dem Bereich Marketing und Kommunikation.

Das Goldene Leuchtf Feuer wird auf dem NordseeTourismus-Tag am 19. und 20. Februar 2025 in Cuxhaven verliehen. Neben dem Award erhalten die Sieger ein Marketing- und Media-Paket der TANO. Bewerbungsschluss ist Montag, 13. Januar 2025, 18:00 Uhr.

Weitere Informationen:
tano.travel/das-goldene-leuchtf Feuer-2025

ERSTE KURORT-LOTSEN AUSGEBILDET

Der Heilbäderverband Niedersachsen (HBV) hat ein neues Schulungsprogramm für sogenannte Kurort-Lotsen ins Leben gerufen. Aus jedem der 34 Mitgliedsorte wird künftig mindestens ein Lotse ausgebildet, der Gästen und Kollegen als Ansprechpartner rund um das Thema Kurwesen dient. Die ersten 16 Teilnehmer absolvierten in Bad Nenndorf eine Schulung und bestanden erfolgreich die Abschlussprüfung. Die nächste Schulung startet am 26. November im Wangerland.



AWARD DER GASTFREUNDSCHAFT

Experten schätzen, dass der Anteil der Außen-Gastronomie am Gesamtumsatz der Branche aktuell bei etwa 30–35 Prozent liegt. Doch die Zukunft der „Open-Air“-Gastronomie steht vor Herausforderungen: Klimawandel, Konsumzurückhaltung, Inflation und Arbeitskräftemangel könnten diesen Aufschwung gefährden.

Mit dem Award der Gastfreundschaft 2025 wird daher nach innovativen Ideen und Konzepten zur Belebung der Außen-Gastronomie gesucht. Gastronomen und Hoteliers sind bis zum 7. März 2025 dazu aufgerufen, ihre außergewöhnlichen Designs und innovativen Einrichtungen zu präsentieren und sich zu bewerben. Der erste Platz wird mit 1.500 € belohnt, der zweite Platz mit 1.000 € und der dritte Platz mit 500 €. Die Preisverleihung findet am 27. Juni 2025 im Rahmen der GEVA Jahrestagung in Berlin statt.

Weitere Informationen:
awarddergastfreundschaft.com

KULINARISCHE BOTSCHAFTER 2024

Niedersachsen hat 46 neue „Kulinarische Botschafter“. Auf der Prämierungsveranstaltung in Hannover zeichnete Ministerpräsident Stephan Weil 35 Hersteller und deren 46 Produkte mit dem Label aus. 79 Unternehmen hatten sich mit 151 Produkten beworben. Ausgezeichnet wurden nur Produkte, die in Geschmack, Aussehen und Qualität überzeugen und ohne unnötige Zusatzstoffe hergestellt sind. Vier Unternehmen erhielten zusätzlich das Label „innovativ“ für ihre nachhaltigen und kreativen Ideen. Das nächste Bewerbungsverfahren startet im Frühjahr 2025.

Weitere Informationen:
lebensmittelpunkt-niedersachsen.de

Martin Kaune (r.), Vorstandsmitglied des HBV und Kurdirektor a. D. Bad Salzdettfurth, und Ilka Lemkemeyer (2.v.l.), Geschäftsstellenleiterin des HBV in Bad Zwischenahn, vermitteln den Teilnehmern Wissen rund um das Kurwesen.

MIT DEM NIEDERSACHSEN HUB ZUR DIGITALEN SICHTBARKEIT

MEHR REICHWEITE FÜR WEIHNACHTSMÄRKTE

Die Weihnachtszeit steht vor der Tür und mit ihr zahlreiche festliche Märkte, die in ganz Niedersachsen Besucher anziehen. Doch wie erreichen diese Veranstaltungen ihr Publikum bestmöglich? Zum Beispiel: durch den Niedersachsen Hub der TMN. Die zentrale Datenbank ermöglicht es, Weihnachtsmärkte ohne großen Aufwand einem breiten Publikum zugänglich zu machen. Mit nur einer einzigen Dateneingabe können Veranstaltungen auf verschiedenen digitalen Kanälen präsentiert werden – und das regional, national und sogar international.

EINMALIGE EINPFLEGE – MAXIMALE SICHTBARKEIT

Der Niedersachsen Hub bietet die Möglichkeit, weihnachtliche Veranstaltungen wie Märkte oder Konzerte mit nur einer einzigen Eintragung auf verschiedenen Plattformen und Websites zu verbreiten. Über das [Reiseland-Portal](#) werden Weihnachtsmärkte im Veranstaltungskalender und auf Sonderseiten ausgespielt – perfekt, um Weihnachtsbesucher aus nah und fern zu inspirieren.

Darüber hinaus erscheinen die Veranstaltungen über den Knowledge Graphen der Deutschen Zentrale für Tourismus (DZT) in einer bundesweiten Veranstaltungssuche, was den Weihnachtsmärkten aus Niedersachsen internationale Aufmerksamkeit verschafft.

Für ein nachhaltiges Erlebnis bietet die Plattform [Naturtrip Niedersachsen](#) die Möglichkeit, Tagesausflüge klimafreundlich mit dem ÖPNV zu planen – und natürlich stehen auch hier Weihnachtsmärkte als Ausflugshighlights zum Jahresende ganz oben auf der Liste.

VORTEILE FÜR DIE EIGENE WEBSITE

Auch für Regionen, Kommunen oder auch touristische Leistungsträger gibt es einen großen Vorteil: Über den [Open Data Finder](#) können Daten wie Weihnachtsmärkte und weitere Veranstaltungs- oder Ausflugstipps aus dem Niedersachsen Hub selber genutzt werden und auf der eigenen Website eingebunden werden. Anstatt sie manuell zu pflegen, können die Daten über eine Schnittstelle oder über ein fertig programmiertes Widget direkt aus dem Hub gezogen werden.

NEUES
VON DER
TMN

CHECKLISTE FÜR IHRE VERANSTALTUNG IM NIEDERSACHSEN HUB

- ✓ Titel: Bestenfalls nicht mehr als 50 Zeichen
- ✓ Kategorie: Mindestens eine gültige Kategorie im Niedersachsen Hub (z. B. Weihnachtsmarkt oder Adventsmarkt)
- ✓ Geo-Information: Koordinaten (z. B. Zentrum des Weihnachtsmarktes)
- ✓ Ort und Öffnungszeiten: Veranstaltungsort, Start- und Enddatum sowie Öffnungszeiten
- ✓ Webseite: Link zur Veranstaltungsseite
- ✓ Texte: Kennzeichnung als „offener textueller Datensatz“ (Lizenz CC0, CC-BY oder CC-BY-SA)
- ✓ Bilder: Lizenzfreie Fotos (CC0, CC-BY oder CC-BY-SA), vorrangig ohne erkennbare Gesichter mit Nennung ggfs. notwendiger Urheberangaben.
- ✓ Übermittlung sicherstellen: Durch Experience-Zuweisung im neusta-System, Schnittstellen-Import (z. B. Feratel, Outdooractive, infomax) oder Eintragung im Event-Melder der Region oder des [Niedersachsen Hubs](#).

TourismusMarketing Niedersachsen GmbH
Constantin Foltin
Telefon: 0511 27048848
E-Mail: foltin@tourismusniedersachsen.de
nds.tourismusnetzwerk.info



NACHGEFRAGT

„NACHHALTIGKEIT ALS CHANCE VERSTEHEN“

Im Gespräch mit Meike Zumbrock, Geschäftsführerin der TourismusMarketing Niedersachsen (TMN), werfen wir einen Blick darauf, wie der Wandel gelingen kann. Frau Zumbrock teilt ihre Perspektiven und Erfahrungen, erklärt, wie Unternehmen von einer nachhaltigen Ausrichtung profitieren können, und gibt Einblicke in innovative Ansätze, die bereits erfolgreich umgesetzt werden.

Tourismusknachrichten: Frau Zumbrock, viele Unternehmen tun sich noch schwer mit dem Thema Nachhaltigkeit. Können Sie uns erzählen, wann für Sie persönlich der Moment kam, in dem Sie merkten, dass sich in der Tourismusbranche etwas ändern muss?

Zumbrock: Für mich gab es keinen einzelnen ‚Aha-Moment‘, sondern vielmehr eine kontinuierliche Erkenntnis, die mit jedem Projekt, jeder Reise und jedem Fachgespräch gewachsen ist. Unsere Vision: Nachhaltigkeit als Chance zu verstehen, den Tourismus innovativer und attraktiver zu gestalten, anstatt ihn nur als Herausforderung zu sehen. Das treibt uns an, vor allem, weil ich fest davon überzeugt bin, dass eine nachhaltige Zukunft auch eine profitablere und resilientere Zukunft für die gesamte Branche bedeutet. Mit den Ergebnissen aus unserem Projekt ‚Klimawandel anpacken‘ stellen wir unseren Partnern zahlreiche Werkzeuge und Hilfestellungen zur Verfügung, wie z. B. der ‚Klima-Check‘, eine praktische Checkliste, die es touristischen Betrieben erleichtert, notwendige Klimaschutz- und Klimaanpassungsmaßnahmen auf betrieblicher Ebene zu identifizieren.

Tourismusknachrichten: Welche alten Denkweisen müssen dringend über Bord geworfen werden, um wirklich nachhaltige Tourismusmodelle zu schaffen? Und welche innovativen Ansätze sehen Sie derzeit als die vielversprechendsten?

Zumbrock: Es gibt noch immer diese Vorstellung, dass Nachhaltigkeit bedeutet, auf Komfort zu verzichten oder große Investitionen zu tätigen, die sich nicht auszahlen. Diese Denkweise ist überholt. Nachhaltigkeit muss nicht kompliziert oder teuer sein – sie kann sogar einfacher und kosten-

effizienter werden, wenn man sie strategisch angeht. Ein gutes Beispiel ist das Thema Mobilität: Früher war es selbstverständlich, dass Touristen mit dem eigenen Auto anreisen. Heute sehen wir in Niedersachsen viele innovative Mobilitätslösungen, etwa das Vernetzen von ÖPNV-Angeboten oder Sharing-Modelle, die nicht nur emissionsarm, sondern auch erlebnisreicher sind. Spannend ist auch die Verknüpfung mit digitalen Daten wie bei der Anwendung ‚Naturtrip Niedersachsen‘, welche offene Daten aus dem Niedersachsen Hub mit Mobilitätsdaten verbindet und den Usern klimafreundliche Ausflüge vorschlägt.

Tourismusknachrichten: Viele Unternehmen fragen sich: Was können wir schnell umsetzen, ohne große Investitionen oder tiefgreifende Umstrukturierungen? Was wären Ihrer Meinung nach ‚Quick Wins‘, mit denen jeder Betrieb beginnen kann, um nachhaltiger zu werden?

Zumbrock: Es gibt viele kleine Schritte, die sofort eine große Wirkung entfalten können. Ein einfacher Anfang wäre die Reduktion von Plastik und Einwegprodukten in Hotels und Gastronomiebetrieben. Indem wir lokale Lieferanten unterstützen, können wir den CO₂-Ausstoß durch lange Lieferketten reduzieren und gleichzeitig die lokale Wirtschaft stärken – ein klarer Vorteil für die Betriebe. Hierbei können auch digitale Tools helfen, die den Ressourcenverbrauch transparent machen. Bei der TMN entwickeln wir gerade Hilfestellungen, die genau solche ‚Quick Wins‘ aufzeigen. Wir haben festgestellt, dass sich schon kleine Veränderungen positiv auf die Gästezufriedenheit auswirken können. Ein weiterer Vorteil ist, sich mit Gleichgesinnten zu vernetzen. Netzwerke bieten wertvolle Austausch- und Lerneffekte, die zur kontinuierli-



Meike Zumbrock ist seit 2018 Geschäftsführerin der TourismusMarketing Niedersachsen (TMN). Hauptaufgabe der TMN ist die Entwicklung und Durchführung von Maßnahmen zur zukunftsorientierten Positionierung Niedersachsens im nationalen und internationalen Tourismuswettbewerb. Nachhaltigkeit nimmt in dieser Positionierung eine wichtige Rolle ein.

chen Verbesserung der eigenen Praktiken beitragen können. Das Rad muss nicht immer neu erfunden werden, oftmals kann man gut von anderen lernen.

Tourismusknachrichten: Einige Unternehmen befürchten, dass nachhaltige Maßnahmen vor allem hohe Kosten verursachen. Wie begegnen Sie diesen Vorurteilen? Können Sie Beispiele nennen, die zeigen, dass Nachhaltigkeit bereits bei der Planung wirtschaftliche Vorteile für den Betrieb bringen kann?

Zumbrock: Diese Bedenken hören wir oft, aber die Praxis zeigt, dass Nachhaltigkeit nicht nur die Umwelt schützt, sondern auch wirtschaftlich Sinn macht. Ein großartiges Beispiel ist das Bio Hotel Kenners Landlust, das seit 2010 klimaneutral ist – unter anderem durch ein eigenes Blockheizkraftwerk, das sowohl Strom als auch Wärme effizient erzeugt. Neben der CO₂-Einsparung setzt das Hotel auf ein umfangreiches Angebot von veganen, regionalen und saisonalen Produkten in der Küche, was bei den Gästen besonders gut ankommt.

Ein weiteres Vorzeigebispiel ist das Hotel Okelmann's, das durch seine vorbildliche Kommunikation zum nachhaltigen

Engagement glänzt. Ob auf der Webseite, in der Gästemappe, über Social Media oder im persönlichen Gespräch mit den Gästen – das Hotel schafft es, seine nachhaltigen Maßnahmen transparent zu vermitteln. Das stärkt nicht nur das Vertrauen der Gäste, sondern schafft auch eine enge Verbindung zwischen ihnen und dem nachhaltigen Konzept des Hauses.

Tourismusknachrichten: Der Klimawandel wird oft als Bedrohung für den Tourismus dargestellt. Sehen Sie ihn auch als einen Innovationsmotor?

Zumbrock: Absolut, der Klimawandel fordert uns heraus, neue Wege zu gehen, und genau darin liegt die Chance. Betriebe, die sich frühzeitig anpassen und auf klimafreundliche Angebote setzen, können sich als Vorreiter positionieren und sich dadurch einen Wettbewerbsvorteil verschaffen. Viele Reisende legen mittlerweile großen Wert auf nachhaltige Angebote. Gerade hier in Niedersachsen haben wir die Erfahrung gemacht, dass klimafreundliche Angebote nicht nur umweltschonend sind, sondern oft auch mit authentischeren und intensiveren Reiseerlebnissen verbunden sind.

Tourismusknachrichten: Stellen Sie sich vor, es ist das Jahr 2030. Wie sieht eine nachhaltige Tourismusbranche in Ihrer Vorstellung aus? Was haben wir als Branche erreicht, wenn wir es richtig machen?

Zumbrock: Meine Vision für 2030 ist, dass nachhaltiger Tourismus nicht mehr die Ausnahme, sondern die Norm ist. Ich sehe die TMN als einen wesentlichen Treiber dieser Entwicklung, indem wir Innovationen voranbringen und Betriebe bei ihrer Transformation unterstützen. Wenn wir als Branche jetzt die richtigen Schritte gehen, können wir den Tourismus nicht nur zukunftssicher machen, sondern auch einen aktiven Beitrag zum Schutz unserer Umwelt leisten.

KONTAKT

TourismusMarketing Niedersachsen GmbH
www.nds.tourismusnetzwerk.info

E-Mail: info@tourismusniedersachsen.de
 Telefon: 0511 270488-0



„Die wirtschaftspolitischen Rahmenbedingungen bremsen die Branche aus. Fehlende Verlässlichkeit bei den Entscheidungsträgern sorgt für fehlende Planbarkeit bei den Betrieben. Um den Tourismus nach vorne zu bringen und um wirtschaftliches Wachstum zu ermöglichen, braucht es Planungssicherheit und unternehmerische Spielräume. Einschränkungen durch Reglementierung und überbordende Bürokratie sind Gift für das Unternehmertum“, so IHKN-Tourismussprecherin Kerstin van der Toorn.

FEHLENDE PLANBARKEIT MACHT BETRIEBEN ZU SCHAFFEN

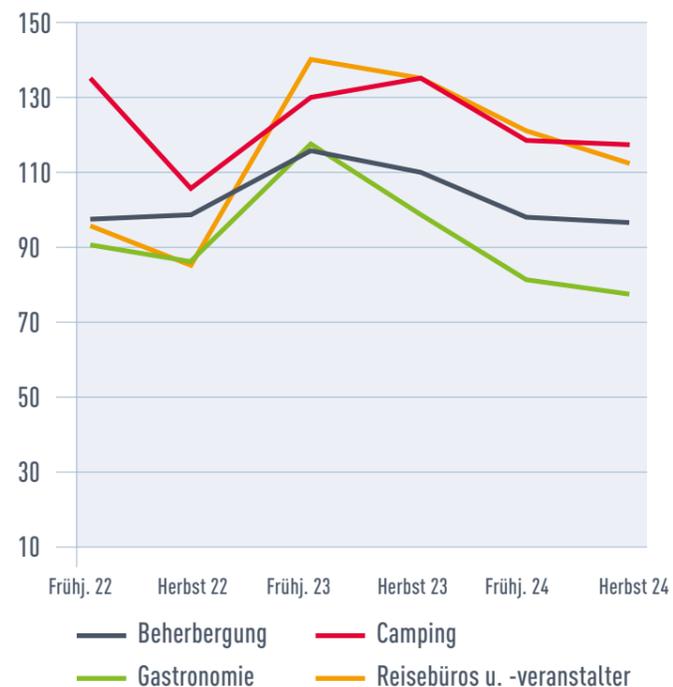
TOURISMUSBRANCHE BLICKT ZUNEHMEND KRITISCH IN DIE ZUKUNFT

Das Gastgewerbe in Niedersachsen blickt besorgt in die Zukunft. Zwar ist der Großteil der Betriebe mit der letzten Saison zufrieden, aber vor allem die Zukunftsaussichten werden negativ bewertet. Das geht aus der aktuellen Saisonumfrage der IHK Niedersachsen hervor. Der Klimaindex, der die aktuelle Lage und die Aussichten in einem Wert zwischen 0 und 200 zusammenfasst, sank von 90,2 Punkten im Frühjahr auf 87,5 Punkte. Im Vorjahr lag er noch bei 104,5 Punkten.

Die aktuelle Geschäftslage bewerten 35 Prozent als gut, 48 Prozent als befriedigend und 17 Prozent als schlecht. 43 Prozent berichten von einem Umsatzrückgang im Vergleich zum Vorjahreszeitraum. Dies betrifft Beherbergung und Gastronomie gleichermaßen. Vor allem der Umsatz mit heimischen Gästen ist zurückgegangen. Nur 8 Prozent der Betriebe im Gastgewerbe erwarten eine günstigere Geschäftslage. 49 Prozent gehen von einer gleichbleibenden, 43 Prozent sogar von einer ungünstigeren Geschäftslage aus. Jeder zweite Betrieb rechnet für die nächste Saison mit steigenden Preisen.

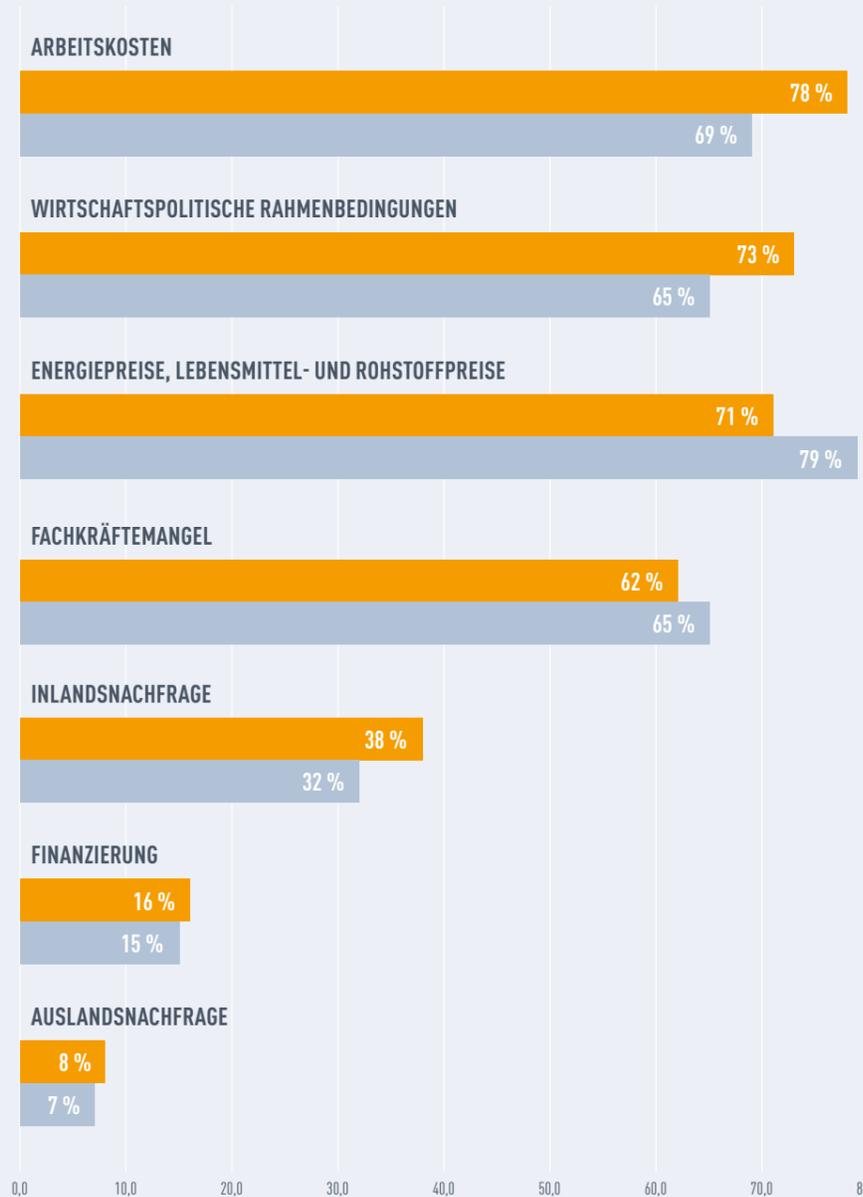
Auch bei den Reisebüros und -veranstaltern sank der Klimaindex von 122 auf 112 Punkte. 92 Prozent bewerten die aktuelle Lage als gut oder befriedigend, ein Viertel erwartet allerdings eine Verschlechterung für die nächste Saison.

DER IHKN-KONJUNKTURKLIMAINDEX



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

GRÖSSTE RISIKEN IM GASTGEWERBE



Als größtes Risiko für die wirtschaftliche Entwicklung des Unternehmens in den kommenden 12 Monaten nennen die Betriebe die Arbeitskosten mit 78 Prozent. Danach folgen die wirtschaftspolitischen Rahmenbedingungen mit 73 Prozent, Energie-, Lebensmittel- und Rohstoffpreise mit 71 Prozent und der Personalmangel mit 62 Prozent.

Bei den Reisebüros und -veranstaltern sehen 57 Prozent den Personalmangel als Risiko. Danach folgen wirtschaftspolitische Rahmenbedingungen (47%), Arbeitskosten (38%) und Energie- und Rohstoffpreise (31%).

METHODISCHER HINWEIS

Die IHKN-Saisonumfrage wurde vom 14. Oktober bis 8. November 2024 durchgeführt. An der Umfrage beteiligten sich rund 450 Betriebe aus Hotellerie, Gastronomie und Campingwirtschaft sowie Reisebüros und Reiseveranstalter. Die niedersächsischen IHKs befragen halbjährlich ihre Mitgliedsbetriebe aus Beherbergung und Gastronomie sowie Reisebüros und Reiseveranstalter. Wechselnde Zusatzfragen geben Auskunft über aktuelle Branchenthemen aus Sicht der niedersächsischen Tourismuswirtschaft.

AB 2025 MÜSSEN ALLE UNTERNEHMEN E-RECHNUNGEN EMPFANGEN KÖNNEN

Ab dem 1. Januar 2025 sind alle Unternehmen in Deutschland verpflichtet, elektronische Rechnungen (E-Rechnungen) im B2B-Bereich zu empfangen. Dies betrifft alle steuerbaren Leistungen zwischen Unternehmern, unabhängig davon, ob das Unternehmen haupt- oder nebenberuflich betrieben wird. Die Umstellung erfolgt im Rahmen des Wachstumschancengesetzes, das im März 2024 verabschiedet wurde. Die E-Rechnung muss in einem strukturierten, maschinenlesbaren Format gemäß der europäischen Norm EN 16931 vorliegen. Formate wie PDF, JPG oder Word-Dateien erfüllen ab 2025 nicht mehr die Anforderungen an eine elektronische Rechnung. Stattdessen werden Formate wie die XRechnung, die im öffentlichen Sektor bereits genutzt wird, oder das ZUGFeRD-Format, eine Kombination aus PDF und XML-Datei, als standardkonform anerkannt. Unternehmen müssen ihre Systeme so anpassen, dass sie E-Rechnungen empfangen, verarbeiten und revisionssicher archivieren können. Ein E-Mail-Postfach reicht dafür zunächst aus, es können aber auch andere Wege wie der Download über ein Portal genutzt werden. Für die revisionssichere Archivierung gelten die Grundsätze zur ordnungsmäßigen Führung und Aufbewahrung von Büchern und Unterlagen (GoBD). Es gibt einige Ausnahmen von der Pflicht zur E-Rechnung: Kleinbetragsrechnungen bis 250 Euro und Fahrausweise müssen nicht als E-Rechnung ausgestellt werden. Eine schrittweise Verpflichtung zur Ausstellung einer elektronischen Rechnung ist für die Jahre 2025 bis 2027 vorgesehen.

CHECKLISTE: FIT FÜR DIE E-RECHNUNG

- Abstimmung mit dem Anbieter der Rechnungssoftware
- Abstimmung mit der Steuerkanzlei:
Welcher Grad der Anpassung ist erforderlich?
- Anforderungen an das zukünftige Umsatzsteuer-Meldesystem mitdenken
- Empfang der E-Rechnung vorbereiten
(mind. zentrales E-Mail-Postfach für Rechnungen einrichten!)
- Prozesse im Unternehmen auf den Prüfstand stellen
- Die wesentlichen Schritte in der Verfahrensdokumentation dokumentieren
- IT-Sicherheit
- Mitarbeiter für neue Prozesse und Softwareanwendungen schulen

IHR
GUTES
RECHT



ÄNDERUNG DES MELDERECHTS IM TOURISMUS

Ab dem 1. Januar 2025 müssen inländische Hotelgäste ihre Meldedaten beim Check-In nicht mehr hinterlegen - weder handschriftlich noch digital. Das ist Teil des Bürokratieentlastungsgesetzes (BEG IV), das der Bundestag im September beschlossen hat. Für ausländische Gäste indes wird die Meldepflicht bestehen bleiben. Zwar bedeutet das Gesetz für viele Hotels, dass die bürokratischen Auflagen sinken. Die mit dem Gesetz einhergehenden Änderungen sorgen allerdings auch für Skepsis in der Branche, insbesondere dort, wo das Meldegesetz mit dem Gastbeitrag oder den Gästekarten verbunden ist. Damit sich Kommunen auf die neue Rechtslage vorbereiten können, haben der Deutsche Tourismusverband (DTV) und der Deutsche Heilbäderverband bereits im Sommer Empfehlungen zur Anpassung der Kur- und Tourismusabgabensatzungen herausgegeben. Damit die Gesetzesänderung mit möglichst wenig Reibung umgesetzt werden kann, hat sich zudem die „Initiative zur Vernetzung und Digitalisierung der Gastanmeldung und von Gastbeitragssystemen“ gegründet, eine Arbeitsgruppe, der auch der Deutsche Tourismusverband (DTV), der Deutsche Heilbäderverband und der Hotelverband Deutschland (IHA) angehören. Eine Dokumentation mit konkreten Handlungsempfehlungen für Kommunen, Beherbergungsbetriebe und Technologieanbieter ist kürzlich erschienen. Ein Webinar zu diesem Thema ist am 29. November geplant.

BFSG: BARRIEREFREIHEIT WIRD FÜR PRIVATUNTERNEHMEN PFLICHT

Das Barrierefreiheitsstärkungsgesetz (BFSG) tritt am 28. Juni 2025 in Kraft und verpflichtet nun auch privatwirtschaftliche Unternehmen, digitale Barrierefreiheit für bestimmte Produkte und Dienstleistungen umzusetzen. Damit soll auch Menschen mit Behinderung eine uneingeschränkte Teilnahme am Wirtschaftsleben ermöglicht werden. Das BFSG betrifft vor allem Anbieter von Telekommunikations- und Bankdienstleistungen, E-Commerce-Unternehmen, Betreiber von Selbstbedienungsterminals und Produzenten von Verbraucherendgeräten wie Mobiltelefonen oder E-Book-Readern. Damit sind auch online buchbare Beherbergungsbetriebe betroffen. Die Anforderungen umfassen leicht zugängliche Informationen in mehr als einem sensorischen Kanal, z. B. durch Vorlesefunktionen, gut lesbare Texte und anpassbare visuelle Elemente. Ausgenommen sind Kleinstunternehmen im Dienstleistungssektor (weniger als 10 Mitarbeitende und ein Jahresumsatz unter 2 Millionen Euro), während Hersteller auch als Kleinstunternehmen die Barrierefreiheitsstandards einhalten müssen. Unternehmen müssen die Einhaltung der Standards durch eine Konformitätserklärung nachweisen. Bei Nichteinhaltung drohen wettbewerbsrechtliche Abmahnungen, Rückrufanordnungen und Bußgelder von bis zu 100.000 Euro.

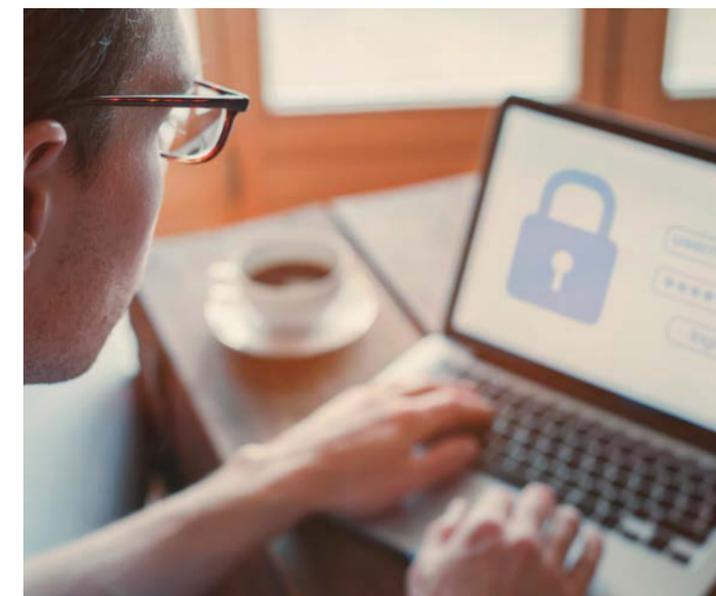
EUGH SORGT FÜR RECHTSICHERHEIT BEIM THEMA BESTPREISKLAUSEL

Mit seinem Urteil in der Rechtssache C-264/23 hat der Europäische Gerichtshof (EuGH) entschieden, dass die Bestpreisklauseln von Booking.com gegen das Kartellrecht verstoßen. Das Urteil bestätigt die Entscheidung des deutschen Bundesgerichtshofs, der die Klauseln 2021 als wettbewerbswidrig eingestuft hatte. Booking.com hatte versucht, die Entscheidung durch eine „Torpedoklage“ in Amsterdam zu umgehen, jedoch hat der EuGH diesen Versuch abgewiesen. Deutsche Hotels, die seit Jahren gegen Booking.com klagen, können nun auf Schadensersatz hoffen. Der EuGH stellte zudem klar, dass die Bestpreisklauseln keine „notwendige Nebenabrede“ sind und Booking.com einen gesonderten Markt für Hotelbuchungsportale dominiert. Dies stützt die Marktabgrenzung des Bundesgerichtshofs und die Entscheidung der Europäischen Kommission, wodurch die Rechtsposition europäischer Hotels gegenüber Booking.com gestärkt wird.

KOSTENFREIER PRAXISTEST DATENSCHUTZ

Rund um das Thema Datenschutz sind viele falsche Annahmen im Umlauf. Dies führt bei Betrieben und Gästen immer wieder zu Verunsicherung. Damit macht der kostenfreie Praxistest Datenschutz für Beherbergungsbetriebe jetzt Schluss. In Kooperation mit dem Landesdatenschutzbeauftragten bietet die IHK Niedersachsen für Betreiber von Hotels, Pensionen und Campingplätzen (keine Ketten, keine Franchisenehmer) einen kostenfreien Datenschutz-Check an. Die Experten kommen für einen Tag in den Betrieb und prüfen vor Ort den Umgang mit Kundendaten sowohl rechtlich als auch technisch-organisatorisch und lassen sich die Geschäftsprozesse erläutern. Am Ende des Tages erhält der Betrieb eine umfassende Bewertung und wertvolle Hinweise zur Optimierung. Darüber hinaus unterstützen die Betriebe mit ihrer freiwilligen Teilnahme die Behörde dabei, einen praxisnahen Einblick in die Umsetzung des Datenschutzes zu bekommen. Anhand der wertvollen Einblicke sollen langfristig „Musterprozesse“ zur Umsetzung des Datenschutzes für die gesamte Branche entwickelt werden.

Weitere Informationen:
www.ihk.de/emden



Rundreise durch Niedersachsen



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

CUXHAVEN



Mit über 4 Millionen Übernachtungen pro Jahr zählt Cuxhaven zu den touristischen Schwergewichten in Niedersachsen. Was macht die Region so beliebt? Und welche Bedeutung haben der Status Nordseeheilbad und der Gesundheitstourismus?

IHK-N-TOURISMUSNACHRICHTEN
WINTER 2024/2025

Cuxhaven – ein Nordseeheilbad stellt sich vor

Mit seiner einzigartigen Kombination aus maritimem Flair, gesunder Luft und einem vielfältigen Freizeitangebot bietet die Stadt sowohl für Erholungssuchende als auch für gesundheitsbewusste Reisende einen unverwechselbaren Mehrwert. Gelegen an einem der bedeutendsten Welt-schiffahrtswege, ziehen an Cuxhaven jedes Jahr über 30.000 Schiffe vorbei. Das Wahrzeichen der Stadt, die Kugelbake, markiert den Übergang zwischen der Nordsee und dem Elbe-Schiffahrtsweg und schafft eine imposante Kulisse. Diese besondere Lage schafft nicht nur für Gäste, sondern auch für die vielen touristischen Partner eine einzigartige Erlebniswelt.

NATÜRLICHE SCHÖNHEIT UND HOHE LEBENSQUALITÄT

Neben der maritimen Kulisse bietet Cuxhaven eine beeindruckende Natur, die sowohl zur Erholung als auch zur aktiven Freizeitgestaltung einlädt. Wernerwald und Küstenheide bieten zahlreiche Möglichkeiten, sich sportlich zu betätigen, ob zu Pferd, zu Fuß oder auf dem Fahrrad. Mit über 10 Kilometern Strand, darunter ausgezeichnete Badestellen und Freizeitareale wie die Sparkassen BeachArena, dem einzigen permanenten Strandstadion an der Nordseeküste, hat Cuxhaven für jede Zielgruppe etwas zu bieten. Familien finden hier ebenso ihre Freude wie Aktivurlauber oder Erholungssuchende. Die Stadt hat sich als ein Zentrum für Sportveranstaltungen etabliert, bei denen die weiten Strände und das Nordseeklima ideale Bedingungen bieten. Die Deutsche Meisterschaft im Beachhandball und der Kitesurf-Wettbewerb „Hängt ihn höher“ sind nur einige der Events, die Cuxhaven als Destination für Sportbegeisterte profilieren. Doch Cuxhavens Strände sind nicht nur ein Ort für sportliche Betätigung: Seit 2024 ist es möglich, sich direkt am Strand, mit dem Rauschen der



Wellen im Hintergrund, das Ja-Wort zu geben – eine unvergessliche Kulisse für eine freie Trauung.

NACHHALTIGKEIT UND UMWELTBEWUSSTSEIN – EIN ZENTRALER BESTANDTEIL DER CUXHAVENER IDENTITÄT

Ein weiterer wichtiger Aspekt der Cuxhavener Identität ist das Engagement für Nachhaltigkeit und Umweltschutz. Als Biosphärenstadt und Nationalparkpartner setzt Cuxhaven konsequent auf nachhaltigen Tourismus. Mit Projekten zur Klimapatenschaft und Initiativen zur Reduktion des CO₂-Fußabdrucks verfolgt die Stadt das Ziel, eine verantwortungsbewusste Destination für Naturfreunde und Gesundheitsurlauber zu sein. Besonders das Wattenmeer, das als UNESCO-Weltnaturerbe geschützt ist, bietet zahlreiche Möglichkeiten für Naturbeobachtungen und Erlebnisse im Einklang mit der Natur. Die Region ist ein beliebtes Ziel für Wanderungen und Exkursionen, bei denen Besucher die einzigartige Flora und Fauna des Wattenmeeres hautnah erleben können. Hier wird Umweltschutz aktiv gelebt und Cuxhaven als Erholungsort als Botschafter für nachhaltigen Tourismus positioniert.

GESUNDHEITSTOURISMUS – THALASSOTHERAPIE UND MEHR

Das Thalassozentrum ahoi! bietet eine breite Palette an Thalassotherapie-Anwendungen, die auf der Heilkraft von Meerwasser, Schlick und Meersalz basieren. Diese Anwendungen, gepaart mit dem heilenden Reizklima und der salzhaltigen Luft der Nordsee, haben sich als besonders wohltuend für Körper und Geist erwiesen. Der Trend zum Gesundheitstourismus nimmt stetig zu, und Cuxhaven reagiert auf diese Entwicklung mit einem Angebot, das auf Prävention und Erholung setzt. Das Thalassozentrum bietet eine Vielzahl an Behandlungen und Programmen, die ganzjährig verfügbar sind, was Cuxhaven zu einer attraktiven Anlaufstelle für Gesundheitsurlauber macht.

FAMILIENFREUNDLICHE ANGEBOTE UND EIN VIELFÄLTIGES FREIZEITPROGRAMM

Für Familien bietet Cuxhaven eine Vielzahl von Freizeitmöglichkeiten. Die familienfreundlichen Strukturen und Veranstaltungen richten sich gezielt an die Bedürfnisse von Groß und Klein. Besonders während der Sommermonate gibt es ein großes Angebot an Programmen, die die ganze Familie begeistern. Der Kletterpark im Wernerwald ist ein Highlight für Abenteuerlustige und sorgt für Spaß und Spannung inmitten der Natur. Das Duhner Wattrennen und der Sommerabend am Meer sind Events, die jährlich zahlreiche Besucher anlocken und für die richtige Urlaubsstimmung sorgen. Neben den naturnahen Angeboten bietet Cuxhaven auch ein lebendiges Stadtleben. In der

Innenstadt laden zahlreiche Cafés, Restaurants und Boutiquen zum Bummeln und Verweilen ein. Der Alte Fischereihafen und das Schifffahrts- und Wrackmuseum „Windstärke 10“ sind weitere Attraktionen, die das maritime Erbe der Stadt aufgreifen und für Besucher spannend und lehrreich aufbereiten. Das Museum gewährt faszinierende Einblicke in die Geschichte der Schifffahrt und das Leben der Seeleute. Cuxhaven ist eine Stadt, in der Tradition und modernes Leben auf einzigartige Weise miteinander verschmelzen, was sie besonders reizvoll für Besucher macht.

Cuxhaven ist mehr als nur ein beliebtes Urlaubsziel an der Nordsee – es ist eine ganzheitliche Destination, die Natur, Gesundheit und Kultur in perfekter Weise miteinander vereint. Mit einem klaren Fokus auf Nachhaltigkeit, Gesundheitstourismus und familienfreundliche Angebote ist die Stadt nicht nur eine attraktive Wahl für Erholungssuchende, sondern auch für Menschen, die aktiv etwas für ihre Gesundheit tun möchten. Ob beim Entspannen am Strand, bei einer Thalasso-Anwendung oder bei der Entdeckung der einzigartigen Naturlandschaften des Wattenmeers – Cuxhaven bietet ein breites Spektrum an Möglichkeiten für einen erholsamen und zugleich gesundheitsfördernden Urlaub. Als zukunftsorientierte Destination mit maritimem Flair bleibt Cuxhaven ein faszinierendes Reiseziel, das sich durch eine hohe Lebensqualität und ein starkes Bewusstsein für Nachhaltigkeit auszeichnet.



KONTAKT

Olaf Raffel
Nordseeheilbad Cuxhaven GmbH
Telefon: 04721 404-0
E-Mail: info@tourismus.cuxhaven.de
www.nordseeheilbad-cuxhaven.de

Cuxhaven
NORDSEEHEILBAD

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

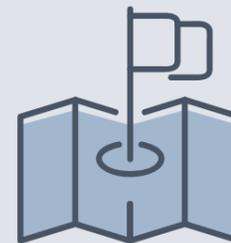
ÜBERN TELLERRAND



Laut Buchungsdaten von Airbnb war Dortmund diesen Sommer international die zweitmeist gebuchte Destination. In den Monaten Juni, Juli und August lag die Ruhrgebietsmetropole damit noch vor Metropolen wie Tokio, New York, London und Paris. Dass Dortmund diesen Sommer auf Airbnb so gefragt war, lag an der Fußball-EM. 700.000 Fußballfans besuchten die Stadt während der EM-Wochen. Zum Vergleich: Im gesamten Jahr 2023 verzeichnete Dortmund lediglich 900 000 Gäste.



Nachdem in Österreich und in der Schweiz Skigebiete bereits mit dynamischen Preisen beim Ticketvertrieb arbeiten, wagt nun auch ein erster Skirevier in Deutschland den Schritt. Das Skizentrum Mitterfirmsreut im Bayerischen Wald setzt zum Start der diesjährigen Wintersaison auf ein dynamisches Preismodell. Die Ticketpreise werden mit einem Algorithmus kontinuierlich neu berechnet – abhängig von der Saisonphase, dem Wochentag, dem Buchungsdatum, den aktuellen Buchungsständen oder der Wetterprognose.



Die portugiesische Insel Madeira ist vor allem wegen ihrer zahlreichen wunderschönen Wandermöglichkeiten beliebt. Genau für diese hat die Regierung der Insel aber nun beschlossen, eine Gebühr von 3 Euro zu erheben. Insgesamt sieben Routen sind von der Maßnahme betroffen, die am 22. Oktober in Kraft getreten ist. Ab Januar 2025 wird die Gebühr auf mehr als 30 Routen ausgeweitet. Die Einnahmen aus den Gebühren sollen gezielt für Naturschutzprojekte und die Instandhaltung der Wanderwege verwendet werden.



Fluggesellschaften organisieren das Boarding oft nach Gruppen, um es effizienter zu gestalten. Trotzdem drängeln sich viele Passagiere vor, was den Prozess stört und zu Verspätungen führen kann. Um „Boarding Group Jumper“ – Fluggäste, die vorzeitig ans Gate drängen – zu disziplinieren, testet American Airlines nun eine neue Technologie: Wenn jemand zu früh einsteigen will, ertönt ein Alarmton, und die Person wird zurückgewiesen. Damit soll das Fehlverhalten öffentlich bloßgestellt werden, in der Hoffnung, dass dies künftiges Drängeln reduziert.

IHKN Regional



IHK
BRAUNSCHWEIG

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



KONTAKT

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

IHKN-TOURISMUSNACHRICHTEN
WINTER 2024/2025

NETZWERK

Nationalpark-Partnerschaft Harz

Eine Kernaufgabe des Nationalparks Harz ist es, die natürliche Vielfalt und Dynamik der Lebensräume und der dort lebenden Tier- und Pflanzenarten zu erhalten und zu schützen. In vielen Bereichen des Nationalparks darf sich die Natur deshalb frei von menschlichem Einfluss entwickeln. Cordula Dähne-Torkler ist Koordinatorin der Nationalpark Partnerschaft Harz. Bei der letzten Sitzung des Tourismusausschusses der IHK Braunschweig brachte sie den Teilnehmenden die Vorteile näher: Unter dem Motto „Mitmachen, schützen und erhalten!“ treten die Akteure gemeinsam und aktiv für den Nationalpark, die Region und einen nachhaltigen Tourismus ein. Diese haben sich dem Ziel verschrieben, die einmalige Natur des Nationalparks Harz zu schützen und gemeinsam für die Gäste der Nationalparkregion erlebbar zu machen. Dabei erfüllen die Partner gemeinsam erarbeitete Kriterien, die den Gästen einen umweltschonenden und nachhaltigen Urlaub mit Erlebnissen in der einzigartigen Natur garantieren. Die Nationalparkverwaltung Harz und die Nationalpark Partner streben dabei die Vernetzung mit und untereinander an. Beteiligte Tourismusbetriebe können dabei das bundesweit kommunizierte Partner Signet nutzen und regelmäßig an Fortbildungs- und Informationsveranstaltungen teilnehmen, um so für ihre Gäste ein kompetenter Ansprechpartner in Sachen Nationalpark und Nachhaltigkeit zu werden.

Konkret geht es dabei um eine Identifikation mit den Zielen des Nationalparks und den Nationalparkgedanken, um eine Steigerung von Akzeptanz und Verständnis für die Nationalparkpartnerschaft, die Stärkung der Transparenz und Vernetzung der Handelnden untereinander, um den Austausch und die Berücksichtigung von Ideen, Bedürfnissen und Wissen sowie um die Sensibilisierung und umfassende Information für Partner, Einwohner und Gäste und nicht zuletzt um die Förderung eines sanften und nachhaltigen Tourismus in der Region. Die Nationalpark-Partnerbetriebe kommen dabei aus unterschiedlichen Kategorien. Hierzu gehören Tourismusorganisationen, Reiseveranstalter, Mobilitätsanbieter und Verkehrsbetriebe, Beherbergungsbetriebe, Campingplätze, Gastronomiebetriebe, Freizeiteinrichtungen, Museen, Regionales Handwerk, Vereine und Verbände, Nationalpark Guides und Tourguides. Die Nationalparkregion erstreckt sich dabei auf die Städte Bad Harzburg, Braunlage, Clausthal-Zellerfeld sowie Goslar, Herzberg am Harz und Ilsenburg, die Gemeinde Nordharz und die Städte Oberharz am Brocken, Osterode am Harz und Wernigerode. Neue Betriebe sind in dem Netzwerk der Nationalpark-Partner herzlich willkommen.

Detaillierte Informationen
erhalten Interessierte unter
www.nationalpark-harz-partner.de

Der Nationalpark Harz ist
einer der größten deutschen
Waldnationalparke und der erste länderübergreifende
Nationalpark Deutschlands. 97 Prozent
der Nationalparkfläche
sind mit Wald bedeckt.



NEUERÖFFNUNG

Sensoria – Haus der Düfte und Aromen in Holzminden

Am 28. September 2024 ist in der Kreisstadt Holzminden an der Weser das Sensoria – Haus der Düfte und Aromen als neues Erlebnishaus und Europas erstes interaktives Ausstellungshaus eröffnet worden, das unsere Sinne anspricht und uns die Welt der Düfte und Aromen in unserem Alltag näherbringt. Holzminden hat sich in den letzten 150 Jahren, beginnend mit der Erfindung des synthetischen Aromastoffs „Vanillin“, zu einem Zentrum der Duft- und Geschmackstoffindustrie entwickelt. Das Sensoria bietet Wissenswertes zur Industriehistorie, zu den Geheimnissen des guten Geschmacks und es kann das eigene Parfüm zusammengestellt werden. Die Ausstellung wird durch ein vielfältiges Workshop-, Tasting- und Seminarprogramm mit Themen aus der Welt der Düfte und Aromen für jeden Geschmack erweitert.



[sensoria-holzminden.de](https://www.sensoria-holzminden.de)

NIENBURG ALS
„KINDERFERIEN-
LAND-ORT“
AUSGEZEICHNET

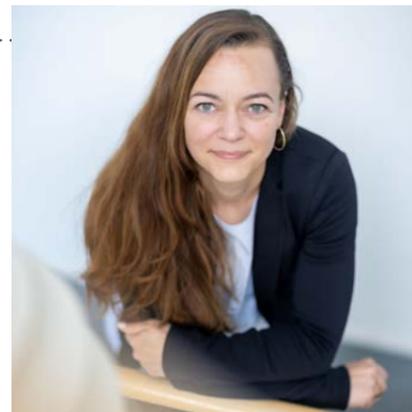
Die Stadt Nienburg/Weser erhält als fünfte Stadt in Niedersachsen das Zertifikat als „Kinderferienland-Ort“. Die Auszeichnung ist Bestandteil der Qualitätsoffensive „Kinderferienland Niedersachsen“ der TourismusMarketing Niedersachsen GmbH (TMN). Seit 2011 wurden niedersachsenweit mehr als 400 Leistungsträger als „Kinderferienland-Betrieb“ anerkannt. Seit Anfang 2016 haben auch Orte mit unterschiedlichen zertifizierten Betrieben (hier-

von weist Nienburg sechs auf) und einem überzeugenden breiten Angebot an Freizeitmöglichkeiten speziell für Familien die Möglichkeit, sich auszeichnen zu lassen. „Mit der Stadt Nienburg als Kinderferienland-Ort und den 19 Kinderferienland-Betrieben in der Mittelweser-Region bieten wir ein interessantes Angebot für Familien mit Kindern“, sagt Martin Fahrland, Geschäftsführer der Mittelweser-Touristik GmbH.

IHK
HANNOVER

KONTAKT

Ihr Ansprechpartner
in der IHK Hannover:
Hans-Hermann Buhr
Telefon: 0511 3107-377
hans-hermann.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

TOURISMUSZAHLEN

Uelzen: Erfolgreiche Bilanz und zukünftige Herausforderungen

Der Tourismusverein Heideregion Uelzen zieht eine sehr erfolgreiche Halbjahresbilanz, betont aber gleichzeitig die Notwendigkeit weiterer Investitionen in den lokalen Tourismus, um diesen Erfolg fortzusetzen.

Im ersten Halbjahr dieses Jahres wurden 325.447 Übernachtungen im Landkreis Uelzen registriert, was einem Zuwachs von 1,2 Prozent im Vergleich zum Vorjahr entspricht. Besonders hervorzuheben ist Bad Bevensen, das mit 193.494 Übernachtungen rund 59,4 Prozent aller Übernachtungen verzeichnet und einen Anstieg von 1,5 Prozent verbucht.

Viele tolle Veranstaltungen und Angebote sowie die in diesem Jahr besonders beeindruckende Heideblüte haben laut Peter Gerlach (stellvertretender Geschäftsführer der Heideregion), zahlreiche Besucher in die Region gelockt. Darüber hinaus habe die erneute Zertifizierung als Rad-Reise-Region Anfang des Jahres einen wichtigen Beitrag zu diesem positiven Ergebnis geleistet.

Die intensive Werbung für das touristische Angebot des Landkreises hat trotz Herausforderungen wie Hochwasser, wechselhaftem Wetter und Inflation Früchte getragen. Die Besucherzahlen haben nicht nur das Niveau vor der Coronavirus-Krise wieder erreicht, sondern teilweise sogar übertroffen. Ob das restliche Jahr touristisch ähnlich erfolgreich verlaufen wird, lässt sich derzeit noch nicht sicher prognostizieren.

Innerhalb von Bad Bevensen sind die steigenden Besucherzahlen unterschiedlich spürbar. Cornelius Ebel, Eigentümer der Bevenser Hotels Fährhaus und Amtshaus, verzeichnet im Fährhaus mehr Gäste. Michael Schwarz, erster Vorsitzender des Uelzener Dehoga-Kreisverbandes und Betreiber des Bevenser Parkhotels, berichtet hingegen von einer konstanten Belegung. Den Erfolg des ersten Halbjahres führt er hauptsächlich auf effektive Werbung und die Beliebtheit von Ferienwohnungen zurück.

Peter Gerlach mahnt trotz der positiven Entwicklung zur weiteren Investition in das touristische Angebot, auch vor dem Hintergrund einer angespannten Haushaltslage. Der Tourismus schaffe Arbeitsplätze, verbessere die Lebensqualität und fördere die Ansiedlung neuer Bürger und Betriebe. 2023 betrug das kommunale Steueraufkommen aus dem Tourismus ca. 4,5 Millionen Euro brutto.

Um zukünftig nicht auf diese wichtigen Steuereinnahmen verzichten zu müssen, dürfe die Konkurrenz nicht aus den Augen verloren werden, betont Gerlach. Besonders im Bereich des Radtourismus müsse der Landkreis Uelzen wachsam bleiben. Während er aktuell die einzige Rad-Reise-Region Niedersachsens ist, investiert der Landkreis Rotenburg/Wümme in den Aufbau eines Radwanderwegenetzes und in das Angebot von Rennradtouren.

Der Erfolg des Landkreises Uelzen als attraktives Reiseziel zeigt eindrucksvoll, wie bedeutend kontinuierliche Investitionen und gezielte Werbemaßnahmen für den Tourismus sind. Die Herausforderungen der Zukunft verlangen jedoch weiterhin Engagement und Innovation, um die positive Entwicklung nachhaltig zu sichern.



IHK-TOURISMUSAUSSCHUSS

Ausbau von Bahnverkehr und ÖPNV gefordert

„Gute Erreichbarkeit ist ein harter Standortfaktor, auch im Tourismus. Gäste wollen sicher, bequem, flexibel und stressfrei reisen. Daher muss der Schienenverkehr mindestens so attraktiv sein wie der eigene Pkw. Sonst wird es kaum ein Umdenken geben.“ Das forderte Thomas Bruns, Vorsitzender des Tourismusausschusses der Oldenburgischen Industrie- und Handelskammer (IHK) in der Herbstsitzung des Gremiums. „Gerade bei uns in den ländlichen Gebieten ist die ‚letzte Meile‘ eine große Herausforderung“, so Bruns. Der Ausschuss hatte die Ergebnisse der Studie „Mobilität und Tourismus“ der IHK Niedersachsen diskutiert. Wenig überraschend: Im Urlaub spielt das Auto laut dieser Studie für die Gäste nach wie vor die größte Rolle, nicht nur für die Anreise, sondern auch für die Mobilität vor Ort. 71 Prozent der befragten Betriebe in Nieder-

sachsen geben an, dass der ÖPNV von den Gästen vor Ort kaum genutzt werde. Im Fokus beim Schienenverkehr stehen aus Sicht des Ausschusses vor allem zwei Themen. Das ist der Ausbau von Haupt- und Nebenstrecken, insbesondere der zweigleisige Ausbau und die Elektrifizierung der Strecke Oldenburg-Osnabrück. Dazu gehört außerdem der zügige Ersatzneubau der Huntebrücken in Elsfléth-Ohrh und in Oldenburg. „Um die letzte Meile zu überwinden und touristische Ziele besser anzubinden, ist der Ausbau von Regionalbahnhöfen notwendig“, ergänzt Carola Havekost, IHK-Geschäftsführerin für den Bereich Tourismus. „Gäste brauchen nahtlose Übergänge zu Bussen, Fahrrädern und anderen umweltfreundlichen Verkehrsmitteln. Hierfür gilt es, regionale Verkehrskonzepte zu schaffen.“

LANGWARDER GRODEN IST NATURWUNDER 2024

Der Langwarder Groden bietet ein Naturerlebnis der besonderen Art und mit einer Länge von 5,4 km. Die Holzbrücke führt über das erweiterte Sieltief und hat eine Länge von 35 m. Dazu führt ein Bohlenweg direkt hinein in 70 Hektar Salzwiesenentwicklungsfläche und ermöglicht

so faszinierende Einblicke in die Tier- und Pflanzenwelt des Wattenmeeres. Das Naturschutzgebiet liegt zwischen Fedderwardersiel und Langwarden und das inmitten des UNESCO-Weltnaturerbes Wattenmeer. Die Beobachtungsstände, Stegen und eine Brücke, die auf den Vordeich führt, erlauben es die Tier- und Pflanzenwelt, sowie die Entwicklung und Veränderung der neu angelegten Wattlandschaft zu betrachten. Über einen geführten Rundwanderweg kann man die Entstehung einer neuen Salzwiese, der dazugehörigen Tier- und Pflanzenwelt und den ständigen Wechsel von Ebbe und Flut direkt miterleben. Die zahlreichen Tafeln geben Informationen zur Natur und Landschaft. Der Langwarder Groden hat sich in einer Online-Abstimmung gegen acht weitere Naturschönheiten in Deutschland durchgesetzt und wurde zum „Naturwunder des Jahres 2024“ der Heinz Sielmann Stiftung und des Deutschen Wanderverbandes gewählt.



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-GRAFSCHAFT 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

JUBILÄUMSFEIER

300 Jahre Sole-Quelle Bad Rothenfelde

Im September stand eine ganz besondere Feierlichkeit im Veranstaltungskalender von Bad Rothenfelde: Der 300. Geburtstag der Sole-Quelle. Genau am 22. September 1724 entdeckte Johann Christian Märcker die Sole-Quelle und legte damit den Grundstein für die Entstehung des beliebten Kurortes. Zum 300-jährigen Jubiläum organisierte Bad Rothenfelde ein abwechslungsreiches Festprogramm. Über drei Tage hinweg erwartete die Gäste ein buntes Angebot aus Musik, Kulinarik und Kultur. Ein Höhepunkt der dreitägigen Feierlichkeiten war der Konzertabend mit Bariton Konstantin Ingenpass und Pianistin Hyun-Hwa Park. Die Musiker hatten ihr Repertoire an den historischen Musikepochen abgestimmt und die Zuhörer mit auf eine Reise durch die Jahrhunderte genommen. Dank der Eleganz und Ausdruckskraft der Musiker entstand in der evangelischen Jesus-Christus-Kirche eine beeindruckende Atmosphäre, die die Zuhörer in ihren Bann zog. Der historische Geburtstag am 22. September fiel in diesem Jahr auf einen Sonntag, und so begann der eigentliche Festtag mit einem ökumenischen Gottesdienst, gefolgt von einem offiziellen Festakt. Mittelpunkt der Feierlichkeiten war der Konzertgarten in direkter Nachbarschaft zu Bad Rothenfelde, dem alten und neuen Gradierwerk. 1777 wurde das alte Gradierwerk im Prin-

zip eine große Verdunstungsanlage errichtet. Das Wasser sprudelt mit „nur“ 5 Prozent Salzgehalt aus der Quelle, zu wenig für den Abbau des „weißen Goldes“. Während die Sole allerdings durch den Schwarzdorn rieselt, lagern sich feine Eisen, Gips und Kalkpartikel um das Geäst ab und der Salzgehalt des Wassers verdichtet sich auf 25 Prozent. Damit war für den damaligen Siedeprozess die optimale Sättigung erreicht. Heute ist der hohe Salzgehalt vor allem aufgrund seiner positiven Wirkung auf die Atemwege von unschätzbare Bedeutung. Ein weiterer Meilenstein in Bad Rothenfeldes Geschichte war die Einweihung des neuen Gradierwerks im Jahr 1824. Carl Schloenbach, ein bedeutender Ingenieur seiner Zeit, war für dessen Planung und Bau verantwortlich. Dieses neue Gradierwerk revolutionierte die Art und Weise, wie Sole aus dem Boden gepumpt wurde, nämlich mittels Windmühlen, und erhöhte damit die Effizienz der Salzgewinnung erheblich. Heute ist Bad Rothenfelde als Heilbad über die Grenzen des Osnabrücker Landes hinaus für seine einzigartige Sole und ihre gesundheitsfördernde Wirkung bekannt. Führungen entlang der Gradierwerke, die von Ostern bis Oktober angeboten werden, geben spannende Einblicke in die Geschichte und Bedeutung der Sole für den Kurort.



Ursprünglich zur Steigerung der Salzproduktion erbaut, sind die Gradierwerke heute für ihre gesundheitsfördernde Wirkung und als beliebte Ausflugsziele bekannt.

INTERESSENSVERTRETUNG IN BRÜSSEL

IHK stellt Forderungen der Tourismuswirtschaft vor

Als Federführung Tourismus der IHK Nord war die IHK für Ostfriesland und Papenburg am 26. September zum „Nordic Breakfast“ nach Brüssel geladen. Das „Nordic Breakfast“ ist ein Veranstaltungsformat der IHK Nord, in dem Unternehmen der norddeutschen Bundesländer ins direkte Gespräch mit Vertretern des Europäischen Parlaments kommen, in diesem Fall mit den neuen norddeutschen Abgeordneten der Legislaturperiode 2024 bis 2029. Ziel der Veranstaltung ist es, die Forderungen der norddeutschen Wirtschaft direkt gegenüber den Entscheidungsträgern in Brüssel anzubringen. Auch die Tourismuswirtschaft war Thema dieses Treffens. Die

Forderungen der norddeutschen Tourismuswirtschaft an das neue Europäische Parlament wurden von Stefan Fröhlich, Geschäftsführer Norddeicher Gastfreunde GmbH und Ausschussvorsitzender, vortragen. Er machte deutlich: Personalmangel, bürokratische Anforderungen, wirtschaftspolitische Unsicherheiten und steigende Kosten lasten schwer. Die Erregungenschaft des gemeinsamen europäischen Binnenmarktes ist für den Tourismus von enormer Bedeutung und nicht mehr weg zu denken. Die Situation darf aber nicht zu immer mehr Regelungen und bürokratischen Lasten für die Branche führen.

E-MOBISS TREIBT DIE E-LADEINFRASTRUKTUR IM WATTENMEER VORAN

Im Auftrag der Nordseeheilbad Borkum GmbH (NBG) wurde mit Förderung des Bundes ein umfassendes Konzept für die Elektromobilität im maritimen Bereich ausgearbeitet. Das Konzept schafft die Grundlage für einen Ausbau der Ladeinfrastruktur im Wattenmeer und zeigt, welche Maßnahmen ergriffen werden müssen, um effektiv zur Umsetzung von nachhaltigen Mobilitätslösungen beitragen zu können. Am 25.09.2024 fand zur Präsentation dieses Konzepts durch GP JOULE Consult eine Informationsveranstaltung in Wilhelmshaven statt. Die Stadt Leer, der Zweckverband Neuharlingersiel sowie die Im-Jaich Marina in Bremerhaven haben in diesem Rahmen signalisiert, den Ausbau der Elektromobilität auf dem Wasser voranzutreiben zu wollen.

ERÖFFNUNG DES OSTFRIESISCHEN KRIMIMUSEUMS IN NORDEN

Der Erfolg der Ostfriesen-Krimis von Klaus-Peter Wolf hat in den letzten Jahren zahlreiche Besucher in die Region gezogen. Auch weitere Norder Krimiautoren wie Hans-Jörg Martin und Theodor J. Reisdorf haben maßgeblich dazu beigetragen, Norden als "Krimistadt" bekannt zu machen. Mit der Eröffnung des Ostfriesischen Krimimuseums am 15. November können Besucher auf 900 Quadratmetern persönliche Erinnerungsstücke der Autoren entdecken, Interviews anhören und an interaktiven Stationen in die spannenden Geschichten eintauchen. Ein besonderes Highlight ist der Besuch der Originalkullissen, die in den beliebten Ostfriesen-Krimis eine zentrale Rolle spielen – darunter das fiktive Auricher Polizeikommissariat.



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

Ihre Ansprechpartnerin in der IHK Elbe-Weser:
Anna-Christina Riebau
Telefon: 04721 7216 255
anna.riebau@elbeweser.ihk.de
www.ihk.de/elbeweser

UNTERNEHMENSGRÜNDUNG

Der Traum vom eigenen Café

Mirabelle Caboussat hat schon immer gerne gebacken. Was als Hobby begann, wurde immer mehr zu einer Leidenschaft und inspirierte sie zu ihrem Wunsch nach einem eigenen Café. Ihren Mann Alain, der als Messeleiter arbeitete, brauchte sie nicht lange zu überreden, denn er ist überzeugt: „Alle 10 Jahre sollte man seine Komfortzone verlassen und etwas Neues wagen.“ Seine einzige Bedingung war, dass das Café in einem ganz besonderen Objekt sein sollte – etwas Einzigartiges. Und so begann im Jahr 2015 die Reise des Schweizer Ehepaars, die sie schließlich zum Wasserturm in Cuxhaven führen sollte. Als Alain Caboussat im Internet auf den Cuxhavener Wasserturm stieß, wusste beide sofort – das könnte es sein. Im Oktober 2017 war es dann soweit: Der Cuxhavener Wasserturm gehörte ihnen. Dies markierte den Beginn eines Abenteuers mit vielen Höhen, aber auch unerwarteten Tiefen.

Die Caboussats hatten von Anfang an eine klare Vision vor Augen, wie ihr Café im Wasserturm aussehen sollte. Doch hier begannen bereits die ersten Schwierigkeiten. Ursprünglich sollte das Café ganz oben im Wassertank sein, mit einem spektakulären Ausblick über Stadt und Hafen. Doch die Leiter der Feuerwehr reichte nicht so hoch, was zu immensen Brandschutzauflagen führte. Also mussten sie alles neu durchdenken. Nun befindet sich das Café unten und die Ferienwohnungen oben. Zu den Brandschutzauflagen kam dann noch der Denkmalschutz und diverse Maßanfertigungen hinzu, die das Projekt nicht nur teurer gemacht, sondern auch zeitlich verzögert haben.

Lieferverzögerungen und Kostenexplosionen in fast allen Bereichen, beeinflusst durch die Corona-Pandemie und den Krieg in der Ukraine taten ihr übriges. Am Ende dauerte die Sanierung fast doppelt so lange wie geplant und die Kosten stiegen

um mehr als 50 Prozent über das geplante Budget. „Wie sollen wir das noch finanzieren?“ fragt Alain Caboussat.

Hilfe kam dann aus ihrem Heimatland. Durch die TV-Sendung „Auf und davon“ sind die Caboussats und ihr Wasserturm in der Schweiz mittlerweile ziemlich bekannt. Als die Auswanderer begannen, alternative Finanzierungen für ihr Projekt zu entwickeln und durch den symbolischen Verkauf von Steinen und Fenstern Investoren zu gewinnen, waren es hauptsächlich ihre Landsleute, die sich an der Aktion beteiligten. Auch heute zählen die Schweizer zu einer der wichtigsten Kundengruppen des Café Wasserturm. Im Schnitt besuchen 50–60 Schweizer pro Tag das Café, an Spitzentagen sogar mehr als 100. Davon profitiert auch die Stadt Cuxhaven, die seit einigen Jahren zunehmend Schweizer als Gäste verzeichnen kann.

Trotz all der Anstrengungen und Hindernisse haben sie nie ihr Ziel aus den Augen verloren, einen Ort zu schaffen, an dem Menschen zusammenkommen können, bei gutem Kaffee und selbstgebackenem Kuchen. Die Gespräche mit und der Zuspruch von ihren Gästen am Café-Wagen, den sie während all der Jahre nebenbei betrieben, waren es, die sie immer wieder aufgebaut und motiviert haben. „Das war für uns wie Urlaub“, erzählt Alain Caboussat.

Die Caboussats haben eine lange Gründerreise hinter sich und sind froh, dass sie 2024 endlich eröffnen konnten. Neugründern raten sie unbedingt, neben einer gründlichen Planung ihres Vorhabens, immer offen und flexibel zu bleiben. Das und ihre gegenseitige Unterstützung als Paar und als Familie hat sie über manche Tiefen hinweggebracht, denn Aufgeben war für sie niemals eine Option!

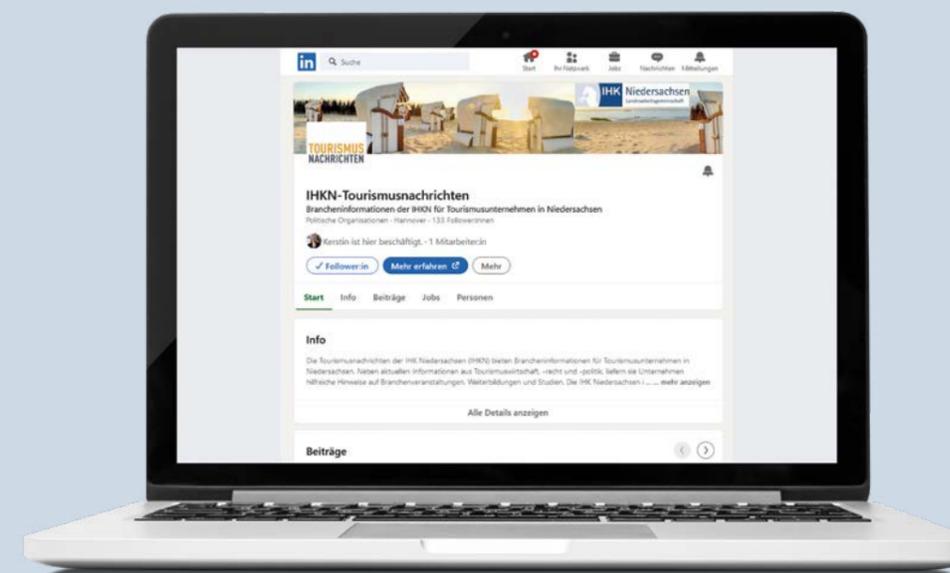
HILDESHEIM

Die bundesweite Eröffnungsfeier des UNESCO-Welterbetags findet 2025 unter dem Motto „Vermitteln, verbinden, begeistern – 20 Jahre UNESCO-Welterbetag“ in Hildesheim statt. Mit dem Mariendom und der St. Michaeliskirche sind gleich zwei Hildesheimer Kirchen samt ihrer Kunstschatze von der UNESCO in die Liste des Welterbes der Menschheit aufgenommen. Was macht Hildesheim für Besucher besonders? Und welche Bedeutung haben die Welterbestätten für den Tourismus? Dies erfahren Sie in der nächsten Ausgabe der IHKN-Tourismusanmeldungen.



Aktuelle Brancheninformationen für Tourismusunternehmen in Niedersachsen finden Sie auf unserer LinkedIn-Seite „IHKN-Tourismusanmeldungen“. Folgen Sie uns und bleiben Sie stets auf dem Laufenden über Aktuelles aus Tourismuswirtschaft, -recht und -politik.

www.linkedin.com/company/ihkn-tourismusanmeldungen



LESERSERVICE

Abo bestellen unter
www.ihk-n.de/tourismusanmeldungen
Finden Sie uns auf LinkedIn:
www.linkedin.com/company/ihkn-tourismusanmeldungen

IMPRESSUM

Herausgeber:

IHK Niedersachsen (IHKN)
Bischofsholer Damm 91, 30173 Hannover
Telefon: 0511 920 901 10
E-Mail: info@ihk-n.de
www.ihk-n.de

Verantwortlich:

Kerstin van der Toorn
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 Elbe-Weser

Erscheinungstermin:

November 2024

Bildnachweise:

Titel: © Oliver Franke, Seite 2: Bild links © TourismusMarketing Niedersachsen GmbH, Bild Mitte © Oliver Franke, Bild rechts © Simon Blackley 2024, Seite 3: © Frank Nürnberger / www.studio10117.de, Seite 4: © CrossMediaRedaktion, TourismusMarketing Niedersachsen GmbH, Seite 5: © IHK Niedersachsen, Seite 6: © Heilbäderverband Niedersachsen e.V., Seite 7: © GERHARDTS FOTOGRAFIE, Seite 9: © TourismusMarketing Niedersachsen GmbH, Seite 10: © shutterstock.com/Art_Photo, Seite 12: © shutterstock.com/Andrey_Popov, Seite 13: © shutterstock.com/Song_about_summer, Seite 14: © Nordseeheilbad Cuxhaven GmbH, Seite 15: © Oliver Franke, Seite 16: Porträt links © Nordseeheilbad Cuxhaven GmbH, Bild unten links © Nordseeheilbad Cuxhaven GmbH / Martin Elsen, www.schoenes-foto.de, Bild unten rechts © Oliver Franke, Seite 17: © smx12, Eray Asena – shutterstock.com, Seite 18: © Dietmar Scherf, TourismusMarketing Niedersachsen GmbH, Seite 19: Porträt © oh, Bild unten © Uwe Heinze, IHK Braunschweig, Seite 20: Porträt © Andrea Seifert Photography www.andreaseifert.de, Bild Sensoria Holzminden © Stadtmarketing Holzminden GmbH, Bild Kinderferienland-Ort © Mittelweser Touristik GmbH, Seite 21: Porträt © Andreas Tamme, tonwert21.de, Bild unten © shutterstock.com/Heide Pinkall, Seite 22: Porträt © Foto- und Bilderwerk, Bild unten © Tourismus-Service Butjadingen, Seite 23: Porträt © Foto-Studio Effing, Bild unten © Hans-Peter Fröbel, Seite 24: Porträt © Susanne Schadewald, Seite 26: © Peter Schwabe, Seite 27: © shutterstock.com/Peter Kotoff/ Montage © Anne Ries

.....
IHK NIEDERSACHSEN (IHKN)
Bischofsholer Damm 91
30173 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 ELBE-WESER
Am Schäferstieg 2
21680 Stade
Telefon: 04141 524-0
E-Mail: info@elbeweser.ihk.de
.....