

# TOURISMUS NACHRICHTEN

IHKN-TOURISMUSNACHRICHTEN  
FRÜHJAHR/SOMMER 2025

## HILDESHEIM

Wo Geschichte  
lebendig wird

Zahlen und Fakten  
**SAISONUMFRAGE  
TOURISMUS**

Interview  
**UNESCO-WELTERBESTÄTTEN  
UND TOURISMUS**



# Inhalt

Frühjahr/  
Sommer  
2025



## AKTUELL SEITE 4

- 5 TERMINE**
- 6 NACHGEFRAGT**  
UNESCO-Welterbestätten  
& Tourismus: Claudia Schwarz  
im Interview



- 8 JUBILÄEN, WETTBEWERBE  
UND GEWINNER**

- 9 IHR GUTES RECHT**

## ZAHLEN & FAKTEN SEITE 10

- 10 SAISONUMFRAGE TOURISMUS**  
Tourismuswirtschaft blickt  
besorgt in die Zukunft

## NEUES VON DER TMN SEITE 12

- 12 NIEDERSACHSEN DIGITAL  
ENTDECKEN**



## RUNDREISE SEITE 14

- 14 HILDESHEIM**  
Wo Geschichte lebendig wird

## ÜBERN TELLERRAND SEITE 17

- 17 ÜBERN TELLERRAND**  
Von Camping über  
Tourismusakzeptanz  
bis Wohnraum

## IHKN REGIONAL AB SEITE 18

- 19 BRAUNSCHWEIG**

- 20 ELBE-WESER**

- 21 HANNOVER**

- 22 LÜNEBURG-WOLFSBURG**

- 23 OLDENBURG**

- 24 OSNABRÜCK-EMSLAND-  
GRAFSCHAFT BENTHEIM**

- 25 OSTFRIESLAND UND PAPENBURG**



## AUSBLICK SEITE 26

- 26 IMPRESSUM**

# Zwischen Rekordzahlen und Herausforderungen

Die Übernachtungszahlen in Niedersachsen haben 2024 fast das Rekordergebnis des Vor-Corona-Jahres 2019 erreicht. Es fehlen nur noch 0,2 Prozent. Wenn nun alle Einwohner von beispielsweise Delmenhorst oder Hildesheim noch eine Nacht in einem Beherbergungsbetrieb übernachten, haben wir es geschafft!

Und auch der Start in die Tourismussaison verlief in weiten Teilen Niedersachsens gut. Das meist gute Wetter über Ostern und die ersten Feiertage lockte viele Gäste in die unterschiedlichen Reiseregionen Niedersachsens. Dennoch bleibt die Stimmung bei den Betrieben insgesamt verhalten, gerade die Zukunftsaussichten lassen die Unternehmer nicht jubeln.

Ein Blick zurück: Im Frühjahr 2019 lag der Konjunkturindex der IHKN-Umfrage bei 132 Punkten im Gastgewerbe, jetzt liegt er bei 91 Punkten. Die aktuelle Geschäftslage bewerteten 92 Prozent der Betriebe als gut oder befriedigend, derzeit sind es 72 Prozent. Die Aussichten auf den Sommer waren sehr gut, aktuell sind sie eher eingetrübt.

Auch die aktuelle Reiseanalyse stimmt positiv: 2024 gab es so viele Reisende wie noch nie. Und auch die Aussichten für 2025 sind sehr gut. Warum also die getrübt Stimmung? Die allgemeine wirtschaftliche Lage schlägt aufs Gemüt, Krieg und Krisen wohin man schaut. Und auch wenn sich die Betriebe die eigenen wirtschaftlichen Zahlen und die Realität im Unternehmen anschauen, wird es nicht leichter. Gestiegene Kosten, Personalmangel, Bürokratie. Was fehlt, ist ein frischer und positiver Blick in die Zukunft. Aufbruchstimmung. Das ist es, was die neue Bundesregierung nun vermitteln muss. Denn sie hat bereits einige Maßnahmen angekündigt, die der Branche helfen können. Dazu gehören die Flexibilisierung der

Arbeitszeit, die Senkung der Umsatzsteuer auf Speisen in der Gastronomie auf 7 Prozent und Investitionsanreize. Auf der anderen Seite steht die Erhöhung des Mindestlohns auf 15 Euro im Raum.

Klar ist, dass die neue Bundesregierung jetzt schnell vom Reden ins Handeln kommen muss. Was die Branche – wie auch alle anderen Wirtschaftszweige – benötigt, ist Planungssicherheit und Zuverlässigkeit.

Die Tourismuswirtschaft ist eine großartige und abwechslungsreiche Branche, die mit viel Herzblut betrieben wird und Menschen verbindet. Es geht immer noch darum, den Gästen die schönste Zeit des Jahres zu ermöglichen. Dabei sollte die Politik den Betrieben nicht so viele Steine wie möglich in den Weg legen, sondern gemeinsam mit den Betrieben schauen, wie Hindernisse überwunden werden können.

Dies gilt für alle politischen Ebenen. Die Bundesregierung ist neu gewählt und auch in Niedersachsen ändert sich das Personaltableau. Wir freuen uns, mit den neuen Akteuren in Bund und Land ins Gespräch zu kommen – zum Beispiel beim Tourismustag Niedersachsen am 28. und 29. Oktober in Osnabrück. Seien Sie dabei, um gemeinsam die Zukunft des Tourismus in Niedersachsen zu gestalten!

*Kerstin van der Toorn*  
– Sprecherin Tourismus – IHK Niedersachsen

Kerstin van der Toorn  
– Sprecherin Tourismus –  
IHK Niedersachsen

[www.ihk-n.de/tourismussnachrichten](http://www.ihk-n.de/tourismussnachrichten)

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



### BRANCHEN- VERANSTALTUNGEN

- 3. bis 6. Juni 2025  
Düsseldorf  
DestinationCamp
- 24. Juni 2025  
Bremerhaven  
Deutsches Städteforum
- 24. und 25. Juni 2025  
Bielefeld  
DZT Knowledge Days
- 26. und 27. Juni 2025  
München  
Upnxt Hospitality Festival
- 24. September 2025  
Frankfurt am Main  
DZT-Sustainable Tourismus Day
- 9. und 10. Oktober 2025  
Berlin  
DRV-Hauptstadtkongress
- 28. und 29. Oktober 2025  
Osnabrück  
Tourismustag Niedersachsen
- 18. und 19. November 2025  
Saarbrücken  
Deutscher Tourismustag

## SAVE THE DATE: TOURISMUSTAG NIEDERSACHSEN

Am 28. und 29. Oktober 2025 findet der 21. Tourismustag Niedersachsen in Osnabrück statt. Unter dem Motto „Zukunft gestalten: digital, nachhaltig, erlebnisstark!“ treffen sich Fachleute aus der Hotel- und Gaststättenbranche, Tourismusorganisationen sowie Vertreter aus Politik und Verwaltung, um sich über die aktuellen Herausforderungen und Chancen der Tourismusbranche auszutauschen. Es erwarten Sie spannende Vorträge, praxisnahe Workshops und inspirierende Diskussionen rund um die Zukunft des Tourismus in Niedersachsen: die neusten Entwicklungen in Sachen KI, Inspiration aus der Gastronomie, erfolgreiche Ansätze in der Personalgewin-

nung und zukunftsweisende Projekte im Gesundheitstourismus.

Weitere Informationen folgen in Kürze [www.tourismustag-niedersachsen.de](http://www.tourismustag-niedersachsen.de)



### DEUTSCHES STÄDTEFORUM

Am 24. Juni 2025 lädt der Deutsche Tourismusverband (DTV) gemeinsam mit der Erlebnis Bremerhaven GmbH zum Deutschen Städteforum nach Bremerhaven ein. Die Fachtagung beleuchtet aktuelle Entwicklungen im Städtetourismus und bietet praxisnahe Impulse. In diesem Jahr stehen die Themen „KI im Städtetourismus:

Zwischen Innovationsschub und rechtlicher Grauzone“ und „Urban Branding: Die Stadt als Marke neu erzählen“ im Fokus.

Weitere Informationen zum Programm und Tickets finden Sie unter [www.deutschertourismusverband.de](http://www.deutschertourismusverband.de).

## NACHGEFRAGT

# TOURISMUS TRIFFT WELTERBE: ZWISCHEN MARKENWERT UND VERANTWORTUNG

UNESCO-Welterbestätten genießen weltweite Bekanntheit – für touristische Regionen eine große Chance, aber auch eine Verpflichtung. Im Gespräch mit den Tourismusnachrichten berichtet Claudia Schwarz, langjährige Tourismusmanagerin am Romantischen Rhein und ehemalige Vorsitzende des Vereins der Deutschen UNESCO-Welterbestätten, von ihren Erfahrungen. Sie erklärt, warum die Auszeichnung ein echter Türöffner für touristische Entwicklung sein kann, worauf es beim Spannungsfeld zwischen Erhalt und Nutzung ankommt – und was touristische Unternehmen tun können, um vom Welterbe-Status zu profitieren.

**Tourismusnachrichten:** Frau Schwarz, ein Blick auf Ihren Lebenslauf zeigt, dass Sie sich schon seit vielen Jahren mit den Themen UNESCO-Welterbe und Tourismus beschäftigen. Seit wann genau begleiten Sie diese Themen und wie hat sich Ihr beruflicher Zugang dazu entwickelt?

**Schwarz:** Das Obere Mittelrheintal wurde im Jahr 2002 in die UNESCO-Welterbe-Liste aufgenommen. Zu dieser Zeit war ich schon rund 20 Jahre im Rheintal touristisch aktiv; als Leiterin der Tourist-Information Sankt Goar, aber auch als Geschäftsführerin der Touristikgemeinschaft Tal der Loreley, die geografisch das Welterbe-Gebiet zwischen Bingen/Rüdesheim und Koblenz umfasst. Ich habe miterlebt, wie positiv sich die Welterbe-Anerkennung auf unsere Destination auswirkte. Von 2009–2016 war ich Geschäftsführerin der Romantischer Rhein Tourismus GmbH, eine Destination mit damals zwei heute drei UNESCO-Welterbestätten: das Obere Mittelrheintal, der obergermanisch-raetische Limes und der niedergermanische Limes. Im Jahr 2015 wurde ich zur Vorsitzenden des Vereins der Deutschen UNESCO-Welterbestätten gewählt; im Mai 2024 habe ich nach neun Jahren dieses großartige Amt an Fritz S. Ahrberg von der Hildesheim Marketing übergeben. Das Thema Welterbe hat mich also fast mein gesamtes Berufsleben begleitet und beschäftigt mich auch heute noch in meinem Un-Ruhestand.

**Tourismusnachrichten:** Welche Chancen sehen Sie ganz allgemein in der Auszeichnung als UNESCO-Welterbe – insbesondere im Hinblick auf den Tourismus?

**Schwarz:** Der Begriff UNESCO-Welterbe hat einen weltweiten Bekanntheitsgrad und einen hohen Markenwert. Durch die Anerkennung gibt es von Anfang an ein großes mediales Interesse an der Welterbestätte, das man mit dem normalen Marketingbudget nicht so erzielen kann. Es ergeben sich zudem neue Partnerschaften und Netzwerke, um das Thema gemeinsam zu bespielen. Ein positives Beispiel ist die DZT, die weltweit mit den deutschen Welterbestätten für das Kulturreiseland Deutschland wirbt und eine wichtige Partnerin in der touristischen Vermarktung des Welterbe-Themas ist. Es gibt auch z. B. Förderprogramme durch die jeweilige Landesregierung oder Unterstützung durch politische Entscheidungsträger.

Ich habe die Erfahrung gemacht, dass sich viele der Bedeutung der Anerkennung für ihre Welterbestätte bewusst sind und versuchen, diese nicht nur zu erhalten, sondern weiterzuentwickeln und touristisch in Wert zu setzen.



Seit über 40 Jahren ist Claudia Schwarz im Tourismus aktiv – einen großen Teil davon standen UNESCO-Welterbestätten im Mittelpunkt ihrer Tätigkeit. Als langjährige Vorsitzende des Vereins der Deutschen UNESCO-Welterbestätten prägte sie die nationale Zusammenarbeit rund um das kulturelle Erbe maßgeblich. Auch im Un-Ruhestand bleibt sie dem Thema Welterbe eng verbunden.

**Tourismusnachrichten:** Mit der Auszeichnung gehen hohe Erwartungen und Anforderungen einher. Wo sehen Sie mögliche Risiken oder Herausforderungen, wenn es um die touristische Nutzung von Welterbestätten geht?

**Schwarz:** Die Chancen überwiegen meiner Meinung nach. Man darf jedoch nicht vergessen, dass die Anerkennung auch mit Verpflichtungen verbunden, denn das Erbe ist für die zukünftigen Generationen zu erhalten. Diesen Auftrag haben vorrangig die Sitemanager in den Welterbestätten; wir Touristikerinnen und Touristiker haben es da etwas leichter. Für uns stellt die Anerkennung eine Art „Qualitätsversprechen“ dar, das erfüllt werden muss, damit die Besucher nicht enttäuscht sind.

Es ist wichtig, dass man sich in den Welterbestätten mit allen touristischen Akteurinnen und Akteuren dazu austauscht und gemeinsam überlegt, wie man besser werden kann, welche Qualitätsoffensiven nötig sind oder welche neuen Angebote oder Produkte geschaffen werden können.

**Tourismusnachrichten:** Der Schutz des kulturellen oder natürlichen Erbes steht im Mittelpunkt – gleichzeitig besteht das Interesse, Besucherinnen und Besucher zu gewinnen. Wie gelingt es, diesen Spagat zwischen Schutz und Nutzung erfolgreich zu meistern?

**Schwarz:** Wir haben in den deutschen Welterbestätten keinen Overtourism, aber natürlich gibt es in einigen ein hohes Besucheraufkommen. Um den Spagat zwischen Schutz und Nutzung zu meistern, ist ein gutes und abgestimmtes Miteinander der Touristiker und der Site-Manager erforderlich. In unseren Welterbestätten ist das gegeben und die meisten verfügen über eine geschickte Besucherlenkung, die hilft, Besucherströme zu leiten.

**Tourismusnachrichten:** Gibt es Zielgruppen, die sich besonders gut für Angebote rund um das Thema Welterbe begeistern lassen? Und was können touristische Unternehmen tun, um diese Zielgruppen gezielt zu erreichen?

**Schwarz:** Kultur- und naturinteressierte Menschen sind eine wichtige Zielgruppe für uns. Durch besondere thematische Angebote, Führungen oder auch Veranstaltungen kann man diese erreichen. Auch für Jugendliche ist Welterbe ein interessantes Thema, das die Möglichkeit bietet, sich selbst einzubringen. Junge Menschen können sich z. B. an verschiedenen europäischen Programmen wie die „World Heritage Volunteers“ beteiligen.

**Tourismusnachrichten:** Haben Sie Beispiele, wo der Tourismus rund um eine Welterbestätte besonders gelungen ist – sowohl aus Sicht des Erhalts als auch aus wirtschaftlicher Perspektive?

**Schwarz:** Hier möchte ich ein Beispiel aus dem Oberen Mittelrheintal nennen. Das sind die „Welterbe-Gastgeber“: zertifizierte Beherbergungsbetriebe, die sich mit ihrem Welterbe besonders identifizieren, fundierte Kenner der Region sind und ein hohes Maß an Qualität bieten. Der Einsatz von regionalen Produkten, Servicequalität und Gastfreundschaft haben höchste Priorität.

Die Welterbe-Gastgeber sind ein Netzwerk, an dem auch die Touristiker teilhaben. Man kooperiert miteinander, lernt so die unterschiedlichen Aufgaben und Sichtweisen kennen, und ist gemeinsam unterwegs, um die Begeisterung für das Welterbe zu vermitteln.

## KONTAKT

Claudia Schwarz  
Touristikgemeinschaft Welterbe Oberes Mittelrheintal e.V.  
E-Mail: claudia.schwarz@tg-welterbe.de  
Telefon: 06741 321196

# JUBILÄEN, WETTBEWERBE & GEWINNER

## DEUTSCHER TOURISMUSPREIS 2025

Mit dem Deutschen Tourismuspreis zeichnet der Deutsche Tourismusverband (DTV) jedes Jahr innovative Projekte und Produkte im Deutschlandtourismus aus. 2025 wird der Preis bereits zum 21. Mal verliehen.

Gesucht werden innovative, kreative und professionell umgesetzte Erlebnis- und Serviceangebote, Kooperationsmodelle und Finanzierungskonzepte, Digitalisierungsprojekte, Marketingkampagnen, Mobilitätsangebote, Veranstaltungen oder andere zukunftsweisende Projekte und Produkte, die für Inspiration im Deutschlandtourismus sorgen.

Die Bewerbungsfrist endet am 4. Juni 2025. Die Preisverleihung findet am 19. November 2025 im Rahmen des Deutschen Tourismustags in Saarbrücken statt.

Weitere Informationen:  
[www.deutschertourismuspreis.de](http://www.deutschertourismuspreis.de)

## LANDESGARTENSCHAU 2030 GEHT NACH DUDERSTADT

Die niedersächsische Landesregierung hat entschieden: Die Landesgartenschau 2030 findet in Duderstadt statt. Damit folgt das Kabinett der Empfehlung des Landwirtschaftsministeriums und der Bewertungskommission, die das überzeugende Konzept der Stadt im engen Wettbewerb mit Bad Zwischenahn als Sieger gewertet hatte.

## 175 JAHRE NORDSEEHEILBAD BORKUM

Vor 175 Jahren begann auf Borkum eine Entwicklung, die den deutschen Tourismus bis heute prägt: Der Landchirurg Ferdinand Friedrich Rohde führte die erste Badeliste ein – eine systematische Erfassung der Gästezahlen.

Was mit wenigen Hundert Gästen begann, wurde über die Jahrzehnte zu einem beliebten Kur- und Urlaubsort. Heute zählt Borkum rund 300.000 Besucher im Jahr. Das Hochseeklima mit seiner jodhaltigen Luft lockte früh Erholungssuchende an. Auch die Bevölkerung gestaltete mit ihrer Gastfreundschaft und dem Ausbau touristischer Angebote den Wandel mit.

Zum Jubiläum wirft Borkum einen Blick zurück auf die Entwicklung der Insel und lädt zu zahlreichen Veranstaltungen rund um ihre Tourismusgeschichte ein.

Weitere Informationen:  
[www.borkum.de/175jahre](http://www.borkum.de/175jahre)

Niedersachsens Landwirtschaftsministerin Miriam Staudte betont die Strahlkraft des Projekts: „Die Ausrichtung der Landesgartenschau wird wichtige Impulse geben und zu einer Stärkung des ländlichen Raumes beitragen.“ In der Regel gibt es in Niedersachsen alle vier Jahre eine Landesgartenschau. Die nächste findet 2026 in Bad Nenndorf statt.



Die als Stadtdenkmal anerkannte Altstadt von Duderstadt zählt zu den sehenswertesten Fachwerkstädten Deutschlands. Mit ihren rund 600 erhaltenen Fachwerkhäusern, die von einem grünen Ring – den historisch bedeutsamen Wallanlagen – umgrenzt sind, gilt sie als „Perle des Eichsfelds“.

## KOMMUNALE VERPACKUNGSSTEUER

# EIN BEITRAG ZUM UMWELTSCHUTZ ODER ZUR BÜROKRATIE?

Seit das Bundesverfassungsgericht die kommunale Verpackungssteuer der Stadt Tübingen für verfassungsgemäß erklärt hat, beschäftigen sich auch immer mehr Kommunen in Niedersachsen mit der Einführung vergleichbarer Regelungen. Ziel dieser Steuer ist es, das Aufkommen von Einwegverpackungen im öffentlichen Raum zu verringern. Die Erhebung erfolgt in der Regel auf Einwegverpackungen, -geschirr und -besteck, wenn diese für den Sofortverzehr oder zum Mitnehmen verwendet werden. Besonders betroffen von dieser Steuer wären gastronomische Betriebe, Einzelhändler sowie Veranstalter im Freizeit- und Eventbereich.

Eine kürzlich durchgeführte Blitzumfrage der IHK Niedersachsen unter 258 niedersächsischen Unternehmen zeigt, welche Auswirkungen die kommunale Verpackungssteuer auf die Wirtschaft haben könnte. Neben finanziellen Mehrbelastungen wird vor allem ein erheblicher bürokratischer Mehraufwand befürchtet:

- 94 Prozent der betroffenen Betriebe erwarten einen erhöhten Dokumentationsaufwand (z. B. durch die Erfassung des Verpackungseinsatzes).
- 86 Prozent befürchten Umsatzrückgänge, beispielsweise durch geändertes Kundenverhalten.
- 71 Prozent geben an, auf eine Steuer mit Preisanpassungen reagieren zu wollen.
- 21 Prozent ziehen in Betracht, ihr gastronomisches Angebot einzuschränken.
- 18 Prozent erwägen, das Take-away-Geschäft vollständig aufzugeben.

Zudem berichten Unternehmen von Unsicherheiten bei der praktischen Umsetzung – etwa bei der Unterscheidung zwischen Sofortverzehr und Mitnahme, die für die steuerliche Einordnung relevant sein kann. Anpassungen bei Kassensystemen und Schulungsaufwand für Mitarbeitende werden als zusätzliche Herausforderungen genannt.

Angesichts dieser Sorgen fordert die IHK Niedersachsen eine Abkehr von pauschalen Verpackungssteuern auf kommunaler Ebene. Stattdessen setzt sie auf praxisnahe Lösungen zur Vermeidung von Verpackungsmüll und gezielte Unterstützung für Unternehmen beim Umstieg auf umweltfreundliche Alternativen.

## DIE KONKRETEN VORSCHLÄGE DER IHKN:

- Förderprogramme und Anreize für den Einsatz von Mehrwegsystemen.
- Beratungs- und Schulungsangebote, um Unternehmen den Umstieg auf umweltfreundliche Verpackungen zu erleichtern.
- Pilotprojekte zur Erprobung der Wirksamkeit von Mehrweglösungen.



„Die Einführung kommunaler Verpackungssteuern wird zu erheblichen bürokratischen und finanziellen Belastungen für Unternehmen führen, ohne den gewünschten ökologischen Effekt zu erzielen. Zudem droht ein Flickenteppich aus unterschiedlichen kommunalen Regelungen, der Wettbewerbsverzerrungen erzeugt. Wie belastend regional uneinheitliche Regelungen sind, hat die Wirtschaft bereits während Corona leidig erfahren müssen. Ein Zustand, der sich nicht wiederholen darf.“

Monika Scherf, Hauptgeschäftsführerin der IHKN



„Zwar haben sich die Aussichten der Betriebe leicht verbessert. Wirklich positiv blickt die Branche aber noch nicht in die Zukunft. Die im Koalitionsvertrag angekündigte Senkung der Umsatzsteuer auf Speisen in Restaurants sowie die Flexibilisierung der Arbeitszeit sind von der Branche seit langem geforderte Erleichterungen. Dies allein ist aber noch nicht der Befreiungsschlag, den die Branche jetzt braucht. Wir erwarten von der neuen Bundesregierung deutliche Erleichterungen für die Betriebe durch Digitalisierung, Abbau von Bürokratie und steuerliche Anreize für Investitionen“, so IHKN-Tourismussprecherin Kerstin van der Toorn.

HOHE ARBEITSKOSTEN BELASTEN DAS GASTGEWERBE

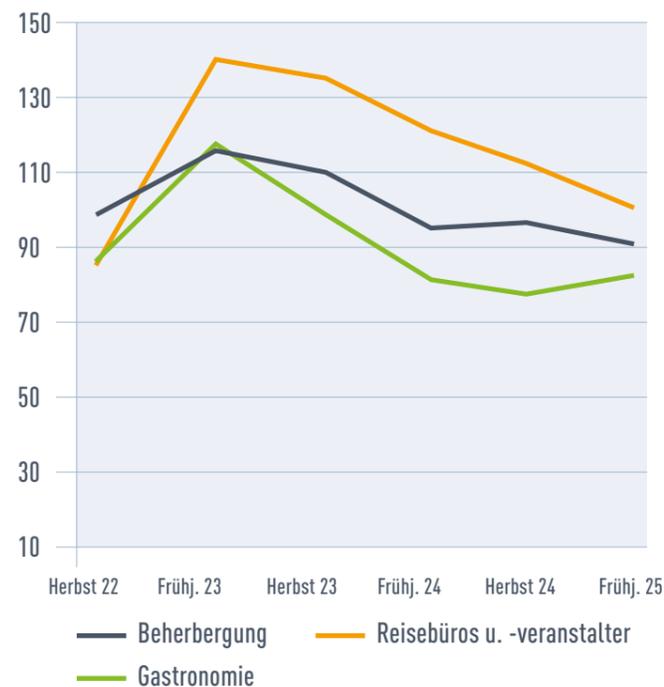
# TOURISMUSWIRTSCHAFT IN NIEDERSACHSEN BLICKT BESORGT IN DIE ZUKUNFT

Der Start in die Tourismussaison verlief in weiten Teilen Niedersachsens gut: Das meist gute Wetter über Ostern und die Maifeiertage lockte viele Gäste in die Reiseregionen Niedersachsens. Dennoch bleibt die Stimmung bei den Betrieben laut IHKN-Umfrage insgesamt verhalten. Der Klimaindex im Gastgewerbe ist leicht auf 90,6 Punkte gestiegen – im Herbst 2024 waren es noch 87,5 Punkte; im Vergleich zum Vorjahr hat er sich jedoch kaum verändert (Frühjahr 2024: 90,2 Punkte).

Ihre aktuelle Lage bewerten derzeit 25 Prozent der Betriebe als gut, 47 Prozent als befriedigend und 28 Prozent als schlecht. Die Aussichten haben sich zuletzt zwar verbessert, bleiben aber insgesamt verhalten. So erwarten 18 Prozent der Betriebe eine günstigere Geschäftslage (Herbst 2024 8 %) und 34 Prozent eine Verschlechterung (Herbst 2024 43 %).

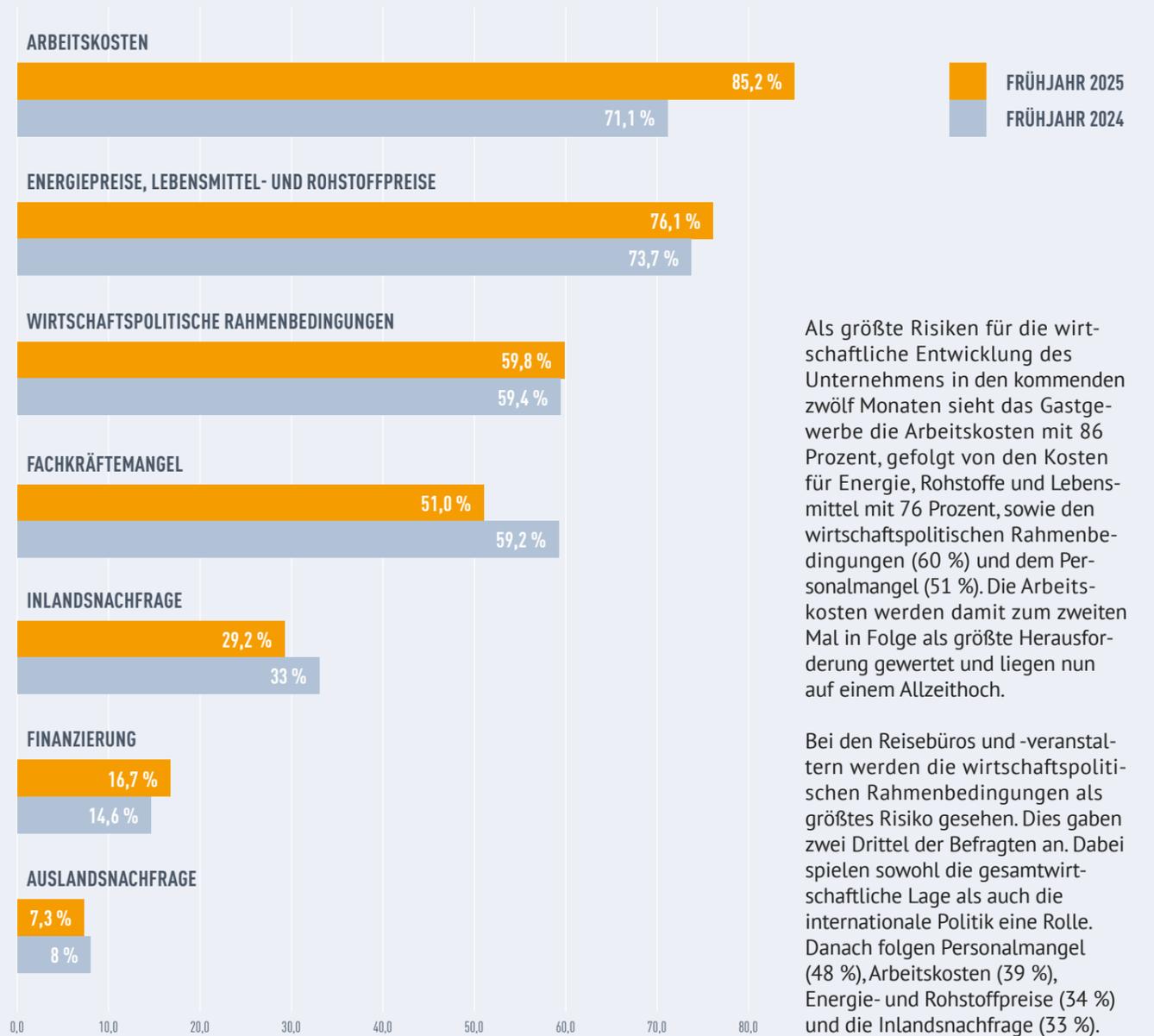
Die Reisebüros und -veranstalter bewerten ihre aktuelle Lage insgesamt besser als das Gastgewerbe. 39 Prozent der befragten Betriebe hier sehen ihre derzeitige Lage als gut, 52 Prozent als befriedigend und 10 Prozent als schlecht. Die Aussichten der Reisebranche sind eher verhalten. 35 Prozent erwarten eine schlechtere Geschäftslage, 15 Prozent eine Verbesserung. Insgesamt sinkt der Klimaindex so von zuletzt 112 auf nun 101 Punkte.

DER IHKN-KONJUNKTURKLIMAINDEX



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

## GRÖSSTE RISIKEN IM GASTGEWERBE



Als größte Risiken für die wirtschaftliche Entwicklung des Unternehmens in den kommenden zwölf Monaten sieht das Gastgewerbe die Arbeitskosten mit 86 Prozent, gefolgt von den Kosten für Energie, Rohstoffe und Lebensmittel mit 76 Prozent, sowie den wirtschaftspolitischen Rahmenbedingungen (60 %) und dem Personalmangel (51 %). Die Arbeitskosten werden damit zum zweiten Mal in Folge als größte Herausforderung gewertet und liegen nun auf einem Allzeithoch.

Bei den Reisebüros und -veranstaltern werden die wirtschaftspolitischen Rahmenbedingungen als größtes Risiko gesehen. Dies gaben zwei Drittel der Befragten an. Dabei spielen sowohl die gesamtwirtschaftliche Lage als auch die internationale Politik eine Rolle. Danach folgen Personalmangel (48 %), Arbeitskosten (39 %), Energie- und Rohstoffpreise (34 %) und die Inlandsnachfrage (33 %).



Möchten auch Sie an der Saisonumfrage teilnehmen? Melden Sie sich gerne bei [beate.zurmahr@emden.ihk.de](mailto:beate.zurmahr@emden.ihk.de)

SMARTE TECHNOLOGIE TRIFFT AUF OPEN DATA

# NIEDERSACHSEN DIGITAL NEU ENTDECKEN

Mit gleich drei neuen Anwendungen steht das gesamte touristische Angebot Niedersachsens ab sofort digital gebündelt und gleichzeitig individualisiert darstellbar bereit.

## „ENTDECKE NIEDERSACHSEN“

Hybride Websites, die Eigenschaften klassischer Smartphone Apps aufweisen aber über einen Browser aufgerufen werden, werden als PWAs bezeichnet. Eine solche Anwendung ist das neue Portal „Entdecke Niedersachsen“, das Nutzer von der Inspiration bis hin zur fundierten Information über ihr Reiseziel führt. Sie präsentiert die vielseitigen touristischen Angebote Niedersachsens und bezieht ihre Daten direkt aus der zentralen landesweiten Datenbank, dem Niedersachsen Hub. Mit bereits über 23.000 Datensätzen ist diese Plattform nicht nur eine Informationsquelle für Reisende, sondern auch für Einheimische. Sie liefert Informationen zu Points of Interest, Touren, Unterkünften, gastronomischen Angeboten und aktuellen Events.

## KOSTENFREIE AUSSPIELUNG IHRER DATEN AUS DEM NIEDERSACHSEN HUB

Dank der direkten Anbindung an den Niedersachsen Hub werden aktuelle und informative Daten automatisch ausgespielt, die Sie bei sich vor Ort eigenständig einpflegen und verwalten. So minimiert sich für alle Beteiligten deutlich der Aufwand, um mit ihren Inhalten präsent zu sein. Einzige Voraussetzung: die Daten müssen die grundlegenden Qualitätsanforderungen des Niedersachsen Hubs erfüllen und als Open Data vorliegen.

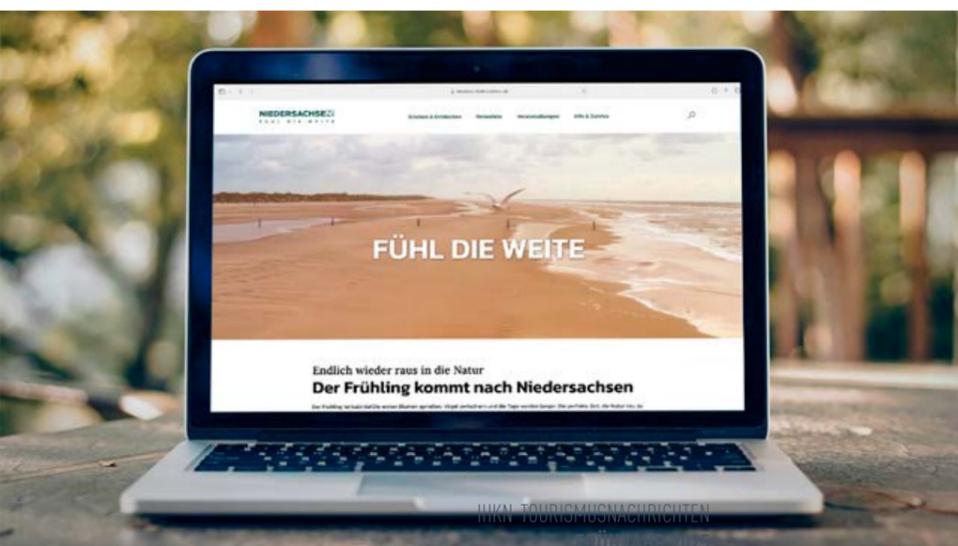


## INDIVIDUELLE URLAUBSPLANUNG MIT DEM DIGITALEN REISEASSISTENTEN

Ein besonderes Highlight von „Entdecke Niedersachsen“ ist der integrierte digitale Reiseassistent, ein KI-gestützter intelligenter Chatbot, der Reisenden maßgeschneiderte Empfehlungen liefert. Egal, ob auf Deutsch, Englisch, Niederländisch oder Dänisch – er reagiert auf die Anfragen der Nutzer, bietet alternative Vorschläge, wenn Daten fehlen, und gibt dynamische Empfehlungen auf Grundlage aktueller Wetterbedingungen. Sein einzigartiger Vorteil ist dabei die dialogbasierte Interaktion in natürlicher Sprache. Der Assistent versteht unterschiedliche Formulierungen, verzeiht Tippfehler und sorgt für eine intuitive Nutzererfahrung.

## INSPIRATION AUF REISELAND-NIEDERSACHSEN.DE

Auch die Endkundenwebsite der TMN unter [reiseland-niedersachsen.de](https://reiseland-niedersachsen.de) wurde Anfang des Jahres einem Relaunch unterzogen. Die neu strukturierte Website ist darauf ausgelegt, den inspirativen Teil der Customer Journey hervorzuheben. Sie erscheint in einem neuen und markenkonformen Design mit einem Fokus auf Inspiration, etwa durch Filme und Bilder. Um zusätzlich ein personalisiertes Erlebnis zu bieten, wurden Leitprodukte gezielt nach den Bedürfnissen der Zielgruppen ausgewählt. Darüber hinaus wird die Website auch in Leichter Sprache ausgespielt.



Von Aktiv-Urlaub bis Familien-Erlebnis: Das Reiseland-Portal der TMN bietet zahlreiche Inspirationen für den Niedersachsen-Urlaub.

## SIND IHRE DATEN SCHON IM NIEDERSACHSEN HUB?

Nehmen Sie die Gelegenheit wahr, Teil dieser digitalen Transformation zu werden! Nutzen Sie die neuen Plattformen, um Ihr Angebot hervorzuheben. Alles, was Sie dafür tun müssen, ist, Ihre Daten im Niedersachsen Hub zur Verfügung zu stellen. Mit nur einmaliger Einpflege wird Ihr Angebot auf diesen Websites wie auch in vielen weiteren digitalen Anwendungen sichtbar!

### Wie kann ich teilnehmen?

Es gibt grundsätzlich drei Varianten, Ihre Daten mit dem Niedersachsen Hub zu teilen:

1. Import aus einer bestehenden Datenbank eines Drittsystems via Schnittstelle z.B. Outdooractive, feratel, TOMAS, infomax, green-solutions
2. Nutzung eines neuen Untermandanten direkt im System destination.data über die TMN
3. Datenfreigabe über eigene bestehende Datenbanken im System destination.data (sog. „Experience-Zuweisung“)

Ansprechpartner ist Ihre regionale Tourismusorganisation.

### TIPP:

Die [Open Data-Karte Niedersachsen](#) zeigt nicht nur die aktuell verfügbaren Datenbestände pro Region, sondern auch, welche Organisation in welchem Gebiet die Koordination übernimmt.

## TOOLS DER TMN FÜR EIGENE WEBSITES NUTZEN

Im Rahmen des Relaunches ihres Reiseland-Portals bietet die TMN in Kooperation mit dem Anbieter neusta destination.one ein [Anschließerpaket](#) für Touristiker in Niedersachsen an. Dieses Framework-Angebot beinhaltet erhebliche preisliche Vergünstigungen, eine schnellere technische Umsetzung und geringere Updatekosten dank eines gemeinsamen Gerüsts, wobei eigene Farbkonzepte und Designs berücksichtigt werden können. Das Angebot umfasst Komponenten wie einen Website-Baukasten inklusive Adventskalendermodul, eine Regions-PWA analog „Entdecke Niedersachsen“, oder auch eine Bilddatenbank. Einige Regionen und Orte in Niedersachsen nutzen bereits erfolgreich das Framework – nutzen auch Sie den Vorteil einer gemeinsamen Lösung.



## WISSENSNAVIGATOR NIEDERSACHSEN HUB

Dieses neue Online-Tool der TMN liefert individuelle Antworten rund um den Niedersachsen Hub. Der [Wissensnavigator](#) beantwortet Fragen zu:

- Nutzung des Niedersachsen Hubs von der Datenpflege über die Einbindung bis zur Ausspielung auf Plattformen wie den TMN-Websites
- Funktionsweise des Open Data-Finders Niedersachsen
- Anforderungen an Daten gemäß Content Guide Niedersachsen Hub
- Tipps zur Content-Pflege wie bei der Verwendung der Creative Commons-Lizenzen
- Information über mögliche Systemanbindungen
- Hinweis auf FAQ, Screencasts, Leitfäden und wichtige Formulare

TourismusMarketing Niedersachsen GmbH  
Constantin Foltin  
Manager Daten und Digitalisierung  
Telefon: 0511 27048848  
E-Mail: [foltin@tourismuniedersachsen.de](mailto:foltin@tourismuniedersachsen.de)  
[www.niedersachsen-hub.de](http://www.niedersachsen-hub.de)



# Rundreise durch Niedersachsen

Niedersachsen hat viele Gesichter! Die Tourismuskarten porträtieren in jeder Ausgabe eine andere Destination. In dieser Ausgabe stellt sich Hildesheim vor.



HILDESHEIM



## Hildesheim – Wo Geschichte lebendig wird

Hildesheim ist vieles zugleich: urban und grün, kulturell bunt und historisch gemütlich, modern und traditionell. Idyllisch gelegen zwischen der norddeutschen Tiefebene und den Ausläufern des Harzes, erzählt Hildesheim mit mehr als 30 Kirchen von seiner über 1.200-jährigen Geschichte und zeigt sich dabei als eine Stadt, die gleichermaßen durch kulturelle Lebendigkeit und gemütlichen Charme besticht.

heit. Mit Stolz, Begeisterung und Bewusstsein für die damit verbundene Verantwortung laden wir Gäste der Stadt und vor allem kommende Generationen ein, diese besonderen Orte in Hildesheim kennenzulernen und über ihre Bedeutung zu erfahren.“ sagt Fritz S. Ahrberg, Geschäftsführer bei Hildesheim Marketing.

### ES GIBT VIELE GRÜNDE NACH HILDESHEIM ZU KOMMEN

Am besten lässt sich die Stadt vom zentral gelegenen historischen Marktplatz mit seinen stattlichen Fachwerkhäusern aus erkunden – allen voran das prächtige Knochenhaueramtshaus. Ebenfalls am Marktplatz gelegen bietet die Tourist-Information im Tempelhaus hilfreiche Tipps für einen gelungenen Aufenthalt. Besichtigen lässt sich Hildesheim auf viele Arten – etwa mit einer der vielfältigen Stadtführungen, individuell entlang des abendlich beleuchteten Welterbestands, das den historischen Marktplatz mit den Welterbekirchen verbindet oder mit dem auditiven „Stadtrundgang Hildesheim“ in der Lauschtour-App entlang der Rosenroute mit ihren ins Pflaster eingelassenen Keramikrosen.

Ein Muss für jeden Besuch ist der Hildesheimer Mariendom. Seine beeindruckenden Schätze wie die Bernwardtür, die Bernwardsäule und der Heziloleuchter sowie der weit über Hildesheims Stadtgrenzen hinaus bekannte 1.000-jährige Rosenstock machen den Mariendom zu einem Ort von spiritueller, geschichtsträchtiger und kunsthistorischer Bedeutung. Das angeschlossene Dommuseum beherbergt mit dem zum UNESCO-Welterbe gehörenden Domschatz eine der bedeutendsten Sammlungen sakraler Kunst weltweit. Regelmäßig sorgen Sonderausstellungen für Abwechslung. Sie stellen immer wieder neue Themen und Kunstwerke in den Fokus.

Mit dem Mariendom und der St. Michaeliskirche sind gleich zwei Hildesheimer Kirchen samt ihren Kunstschätzen 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?

### EIN ERBE – ZWEI KIRCHEN

Bereits 1985 wurden der Hildesheimer Mariendom und die St. Michaeliskirche gemeinsam in die Liste der UNESCO-Welterbestätten aufgenommen. Beide Kirchen stellen ein beeindruckendes Zeugnis der religiösen Kunst im Heiligen Römischen Reich und der frühromanischen Architektur dar. Die Bedeutung des UNESCO-Welterbes für den Tourismus in Hildesheim lässt sich kaum beschreiben, sind die beiden Gotteshäuser doch das Herzstück des kulturellen Erbes dieser Stadt. Als besondere Begegnungsstätten von außergewöhnlichem Wert ziehen sie jährlich zahlreiche Besucherinnen und Besucher aus dem In- und Ausland an.

### WELTERBE MIT STRAHLKRAFT

Anlässlich des 40-jährigen Jubiläums der Ernennung zum Welterbe ist Hildesheim am 1. Juni Gastgeberin der Feierlichkeiten zum 20. Jubiläum des bundesweiten UNESCO-Welterbetags. Unter dem Motto „Vermitteln, verbinden, begeistern – 20 Jahre UNESCO-Welterbetag“ findet der offizielle Eröffnungsakt in der St. Michaeliskirche statt. Bereits am 30. Mai startet ein umfangreiches Festprogramm. Ergänzt wird es durch einen vielfältigen „Welterbemarkt“, auf dem sich zahlreiche Welterbestätten aus Deutschland präsentieren. „Welterbestätten sind Orte mit einem außergewöhnlichen universellen Wert für das Erbe und die Geschichte der Mensch-

Nicht weit entfernt erhebt sich die St. Michaeliskirche. Ihre leicht erhöhte Lage, die dicken Türme und Mauern verleihen diesem Sakralbau etwas Festungsartiges – außen mächtig, innen harmonisch mit einer strengen Symmetrie im Grundriss. Die von 1010 bis 1022 von Bischof Bernward erbaute dreischiffige, doppelchörige Basilika ist eine der bedeutendsten erhaltenen Kirchen im ottonischen (vorromanischen) Baustil. Nicht zu vergessen – das monumentale Deckenbild im Mittelschiff: Auf 1.300 Eichenbohlen entfaltet sich hier der Stammbaum Christi – ein Meisterwerk mittelalterlicher Malerei.

Wer die Stadt von oben betrachten möchte, erklimmt den 114,5 Meter hohen Turm der St.-Andreas-Kirche, dem höchsten Kirchturm in Niedersachsen, und wird mit einem 360° Panoramablick von der Aussichtsplattform auf 75 Metern Höhe weit ins Hildesheimer Land belohnt. Im malerischen Godehardviertel mit seinen rosenberankten Fachwerkhäusern, dem Kehrriederturm und der Basilika St. Godehard fühlt man sich buchstäblich in frühere Zeiten versetzt. Besonders in der Kesslerstraße verzaubert ein Fachwerk nach dem anderen. Aber auch die umliegenden Gassen bergen wahre Schätze, wie das reich verzierte Wernersche Haus. Hildesheim liegt darüber hinaus mitten im Grünen. Für gesunde Luft sorgen schöne Parks, wie der Magdalengarten, eine der ältesten Parkanlagen Norddeutschlands, der Ernst-Ehrlicher-Park, sowie die gut erhaltenen historischen Wallanlagen, die den Stadtkern noch heute zur Hälfte umschließen. Auf ihnen lässt es sich vorzüglich flanieren. Auch an Wasser man-

gelt es der Stadt nicht. Für die nötige Abkühlung sorgt im Sommer der 9,5 Hektar große Hohnsensee. Beliebter Treffpunkt bei Spaziergängern, Sportlern, Sonnenhungrigen und Romantikern. Träge schlängelt sich die Innerste durchs Stadtbild. An ihren Flussufern lässt es sich wunderbar entlangspazieren und faszinierende Ausblicke genießen.

Hildesheim begeistert nicht nur durch Geschichte, Architektur und stadtnahe Natur, sondern ebenso durch ein vielseitiges kulturelles Angebot. Das Roemer- und Pelizaeus-Museum glänzt mit seiner berühmten kulturhistorischen Sammlung, das Theater für Niedersachsen (tfn) bietet Schauspiel, Oper und Musical auf hohem Niveau, während Orte wie die Bischofsmühle oder die KUFA mit Jazz, Blues, Comedy und Poetry-Slams das Publikum anziehen. Zu den regelmäßig stattfindenden Event-Highlights zählen das Zirkus Theater Tanz Festival Pflasterzauber, die Licht Kunst Biennale EVI-Lichtungen, die Jazztime und das Szene-Festival M'era Luna sowie der Hildesheimer Weihnachtsmarkt.

Weitere Informationen und kostenlose Broschüren finden Sie unter [www.hildesheim-tourismus.de](http://www.hildesheim-tourismus.de)



## ÜBERN TELLERRAND



Campingurlaub in Deutschland boomt: 2024 verzeichneten deutsche Campingplätze knapp 42,9 Millionen Übernachtungen – ein neuer Rekord. Die Zahlen haben sich damit binnen 20 Jahren verdoppelt: 2004 meldeten die Campingplätze noch 21,4 Millionen Übernachtungen. Die meisten Camperinnen und Camper zog es 2024 an die schleswig-holsteinische Ostsee (3,4 Millionen Übernachtungen) und in den Schwarzwald (2,6 Millionen Übernachtungen). Die niedersächsische Nordseeküste folgt mit 1,9 Millionen Übernachtungen an dritter Stelle der beliebtesten Camping-Ziele.



Um den angespannten Wohnungsmarkt zu entlasten, geht die Stadt Wien nun verstärkt gegen illegale Kurzzeitvermietungen vor. Seit Sommer 2024 gilt: Wohnungen dürfen nur noch maximal drei Monate im Jahr an Touristen vermietet werden. Außerdem müssen Zimmer und Appartements angemeldet werden. Verstöße können mit bis zu 50.000 Euro pro Wohnung und Jahr geahndet werden. Eine spezialisierte Einheit der Baupolizei kontrolliert Onlineplattformen, prüft Hinweise aus der Bevölkerung und geht gezielt gegen mutmaßlich illegale Angebote vor.



Laut einer Studie des dwif sinkt die Tourismusakzeptanz im Berchtesgadener Land. Da insbesondere die zahlreichen Rabatte für Urlauber bei den Einheimischen auf wenig Verständnis stoßen, hat der Zweckverband Bergerlebnis Berchtesgaden die „Hoamatkarte“ ins Leben gerufen. Diese Vorteilskarte richtet sich ausschließlich an Einheimische und bietet ihnen Rabatte auf Freizeitangebote und Veranstaltungen. Ziel ist es, die Einheimischen stärker am Tourismus teilhaben zu lassen, ihre Identifikation mit der Branche zu stärken und sie als positive Botschafter ihrer Region einzubinden.



In den vergangenen Monaten ist ein deutlicher Rückgang bei Auslandsreisen in die Vereinigten Staaten zu beobachten. Die auffälligsten Rückgänge betreffen europäische Länder. So verzeichnete Deutschland, traditionell der weltweit fünftgrößte Markt für den US-Tourismus (fast 2 Millionen Gäste in 2024), im Februar 28 Prozent weniger Reisen als im Vorjahresmonat. Grund sind unter anderem medienwirksame Vorfälle, bei denen deutschen Touristen vorgeworfen wurde, illegal arbeiten zu wollen – obwohl sie mit Touristenvisa einreisen wollten.



## KONTAKT

Fritz S. Ahrberg  
Hildesheim Marketing GmbH  
Telefon: 05121-1798-100  
E-Mail: [info@hildesheim-marketing.de](mailto:info@hildesheim-marketing.de)  
[www.hildesheim-tourismus.de](http://www.hildesheim-tourismus.de)

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](mailto:wiebke.eilts@emden.ihk.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  
Kontaktinformationen 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](mailto:uwe.heinze@braunschweig.ihk.de)  
[www.braunschweig.ihk.de](http://www.braunschweig.ihk.de)

## NATURERLEBNIS FÜR KINDER

# Auf der Suche nach dem versteckten Labyrinth

Direkt vis-à-vis des BurgBergCenter wurde im April der Brockenbande-Fotopoint mit der Geschäftsführerin des Harzer Tourismusverbandes, Carola Schmidt, dem Geschäftsführer der Kur-, Tourismus- und Wirtschaftsbetriebe der Stadt Harzburg GmbH, Bernd Vollrodt, den beiden HarzVenture-Geschäftsführern Eva Ronkainen-Kolb und Holger Kolb sowie Nadine Herholt von Younit eröffnet.

Zudem gibt es ab sofort auch das Rätselheft „Das versteckte Labyrinth“, welches vor allem Familien mit Kindern analog rund um den Harzburger Dreiklang und ins Erlebniskino führt und dabei so manch spannende Geschichte, Anekdote aber auch knifflige und überraschende Rätsel bereithält. Selbstverständlich begleiten die Protagonisten der Brockenbande Pjotr, Henry, Hanna, Emma und Luke die Rätselnenden auf die 12 Fragen umfassende Runde auf den Burgberg und auch wieder hinunter ins Tal. Highlight sind neben dem hochwertigen Printprodukt auch der Stickerbogen, welches die Spieler und Spielerinnen letztlich zum Ziel bringt. Begleitet wird die Brockenbande dabei auch von Naapi dem Feuersalamander und Naira der Eule, die beispielsweise auch König Heinrich IV. auf seiner Flucht von der Harzburg im Erlebniskino zur Seite stehen. Das Rätsel wurde von Nadine Herholt (Younit) konzipiert und ausgearbeitet.

„Für Bad Harzburg ist die Installation der Brockenbande ein echter Gewinn und bietet ein weiteres spannendes Abenteuer vor allem für Familien. Gerade für Gäste mit Kindern sind die Protagonisten echte Anreize, um Orte zu erkunden. Neben dem Fotopoint animiert vor allem auch das Rätselheft „Das versteckte Labyrinth“ den Harzburger Dreiklang mit Burgberg-Seilbahn, Baumwipfelpfad und der Baum-SchwebeBahn sowie das Erlebniskino zu erkunden und dabei erfährt man zudem noch Wissenswertes zu den Angeboten“, sagen Bernd Vollrodt, Eva Ronkainen-Kolb und Holger Kolb. „Wir haben uns bewusst für ein analoges Produkt entschieden“, ergänzt Familie Kolb. So bietet HarzVenture bereits 3 digitale Schnitzeljagden mit den Explor Games Harz an. Es eint alle Angebote, dass die NutzerInnen spielerisch in die Natur gelockt werden, spannende Abenteuer erleben können, Wissenswertes oder auch Mystisches erfahren und der Spielfreude dabei keine Grenzen gesetzt werden.

Das Rätselheft ist ab sofort im Burgladen im BurgBergCenter sowie in der Tourist-Information für 5 Euro erhältlich. Nähere Infos unter [www.harzventure.de](http://www.harzventure.de)

Die Brockenbande geht auf mehreren Orten im Harz auf Entdeckungsreise. Welche das sind, kann unter [www.brockenbande.de](http://www.brockenbande.de) nachgesehen werden.

Pünktlich zum Saisonbeginn ist nun die harzweit beliebte Brockenbande mit Pjotr, Henry, Hanna, Emma und Luke auch in Bad Harzburg zu finden.



## REGIONALE PRODUKTE

## CuxlandKiste: Regionale Schätze in einer Box

Seit dem 4. April 2025 gibt es im Landkreis Cuxhaven ein neues, ganz besonderes Schaufenster für regionale Produkte: die CuxlandKiste. Sie bringt die kulinarischen und handwerklichen Schätze der Region in einer limitierten Box zusammen – und macht Regionalität erlebbar.

Ganz im Sinne des Mottos „Aus der Region, für die Region“ präsentiert die Kiste eine hochwertige Auswahl lokaler Erzeugnisse – von Labskaus über Rapshonig bis zum Klönschnack Pilsener. Was die CuxlandKiste dabei besonders macht: Sie verfolgt keine kommerziellen Interessen. Die beteiligten Produzenten engagieren sich aus Überzeugung, um die Vielfalt und Qualität regionaler Produkte sichtbar zu machen. Pro verkaufter Kiste fließen zudem drei Euro an den Förderverein der Jugendfeuerwehr im Landkreis Cuxhaven – Regionalität mit Herz und Wirkung.

Hinter dem Projekt steht die IHK Elbe-Weser, gemeinsam mit dem Landkreis Cuxhaven. „Die CuxlandKiste repräsentiert die enge Verbundenheit mit den heimischen Betrieben. Sie steht für sorgfältig hergestellte Produkte, die mit Engagement und in erstklassiger Qualität gefertigt werden“, betont Katja Link, Bereichsleiterin Wirtschaft, Mobilität & Tourismus im Landkreis Cuxhaven. Auch bei der Umsetzung wurde auf Regionalität gesetzt: Das Design stammt von der Cuxhavener Werbeagentur Réclame, die Konfektionierung übernimmt die Lebenshilfe Cuxhaven. So bleibt die gesamte Wertschöpfungskette in der Region.

Der Vertrieb startet exklusiv über EDEKA Golly in Cuxhaven – einem langjährigen Partner regionaler Erzeuger – und wird bald auch über die Touristinformationen großflächig erhältlich sein. Insgesamt wurden zunächst 1.500 Boxen produziert. Der Inhalt – eine bunte Mischung aus Tradition, Geschmack und Innovation: Labskaus von Mühlenbeck (Schiffdorf), Norweger Gurkensalat von Paulsen (Otterndorf), Rapshonig von Cuxlandbiene (Ahlen-Falkenberg), Elbmuscheln von der Nudelschmiede (Hechthausen), Cuxhavener Nordseemischung von Tee4You (Cuxhaven), Klönschnack Pilsener von Die Bake (Cuxhaven), Oste Land Aquavit von Ulex (Neuhaus) sowie maritime Postkarten und ein Bierdeckel von de Knüllenkieker.

Die feierliche Auftaktveranstaltung bei EDEKA Golly am 4. April setzte ein sichtbares Zeichen für die regionale Wirtschaft: Mit Grußworten von Landrat Torsten Krüger, der IHK Elbe-Weser, CuxlandTourismus und zahlreichen Produzenten und Produzentinnen wurde der Startschuss für ein Projekt gegeben, das Heimatliebe, Genuss und Nachhaltigkeit verbindet.

Die CuxlandKiste ist damit mehr als nur ein Produkt: Sie ist Ausdruck gelebter Regionalität, wirtschaftlicher Solidarität und gemeinschaftlicher Verantwortung – und ein Genuss für alle, die das Cuxland lieben.



Ganz im Sinne des Mottos „Aus der Region, für die Region“ präsentiert die CuxlandKiste eine hochwertige Auswahl lokaler Erzeugnisse – von Labskaus über Rapshonig bis zum Klönschnack Pilsener.



## IHK ELBE-WESER



## KONTAKT

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



## 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](http://www.ihk-hannover.de)

## STORYTELLING

## Neues kultur-touristisches Konzept für die Rattenfängerstadt Hameln

Nach mehr als zweijähriger intensiver Arbeit von lokalen Akteurinnen und Akteuren aus Handel, Gastronomie, Beherbergung, Kultur und Stadtverwaltung mit den beauftragten Experten von DWIF Consulting und Projekt 2508 mittels Workshops, Expertenanalysen und Interviews verfügt die Rattenfängerstadt Hameln nun über ein neues kultur-touristisches Konzept.

Das neue Storytelling-Konzept für den Hameln-Tourismus setzt auf die Leitgeschichte „Das Geheimnis – die Entdeckung“, die die Gäste auf eine spannende Reise durch die Stadt führt. Auf die folgenden drei zentralen Kompetenzfelder wird sich Hameln in Zukunft konzentrieren:

- Der Rattenfänger von Hameln – Einzigartig und identitätsstiftend, aber mit einem modernen Zugang zur Sage.
- Die historische Altstadt – Lebendig und authentisch, als Bühne für neue Erlebnisse.
- Das Umland – Vernetzung mit der Natur und Schaffung von nachhaltigen Freizeitangeboten.

Ein besonderer Fokus liegt auf der Ansprache kulturinteressierter Familien.

Für die Umsetzung des Konzepts wurden zehn Leitprojekte definiert. Zu diesen zählen unter anderem die Entwicklung einer

Stadtmarke, die Begrüßung der neuen Lieblingsgäste, innovative Stadtführungen, die Erlebbarkeit des Rattenfängers in der Fläche, eine Neuinterpretation der Gästeinformation, der zielgruppengerechte Ausbau des Beherbergungsangebots, die Attraktivierung des Weserufers, die Offensive „grünes Hameln“ und der Ausbau des Stakeholdermanagements.

Erste Projekte befinden sich bereits in der Umsetzung – beispielsweise durch die Sommerreihe „Hameln. Komm wie Du bist!“ und die „Klima-Kiste“, den neuarrangierten Weihnachtsmarkt oder die Neukonzeption des Hamelner Reisekatalogs. Die Hameln Marketing und Tourismus GmbH (HMT) wird künftig mehr Verantwortung für den Gesamtstandort übernehmen: Einheimische und Touristen sollen genauso, wie Stadtentwicklung, Kultur- und Freizeitangebote, künftig stärker zusammengedacht werden. Die Umsetzung des Konzepts soll Hameln in den nächsten Jahren zu einem Vorreiter im Kulturtourismus machen.



## TOURISMUSORTE IN DER IHK-REGION HANNOVER: KENNZAHLEN 2024

Die IHK Hannover hat auf der Basis von Daten des Landesamtes für Statistik Niedersachsen für insgesamt 52 Tourismusorte in der IHK-Region Hannover mit in der Regel mehr als 20.000 Übernachtungen touristische Kennzahlen des Jahres 2024 zusammengestellt. Während bei der Übernachtungsinfrastruktur und der touristischen Nachfrage eindeutig Hannover und

Göttingen vorn liegen, belegen Kurorte und Heilbäder die Spitzenplätze bei der Aufenthaltsdauer und der Auslastung der Schlafgelegenheiten. Im Vergleich zum Vor-Corona-Niveau weisen 16 Orte bei den Übernachtungen wieder ein Plus auf.

Weitere Details finden Sie unter [www.ihk.de](http://www.ihk.de)

## PARTNERNETZWERK IM UNESCO-BIOSPHÄRENRESERVAT

# Nachhaltigkeit sichtbar machen: Niedersächsische Elbtalaue

Zwischen Deichen, Wiesen und weiten Horizonten liegt das UNESCO-Biosphärenreservat Flusslandschaft Elbe – eine Region, in der nachhaltiges Wirtschaften nicht nur Anspruch, sondern gelebte Realität ist. Hier wächst ein Netzwerk engagierter Betriebe, die Verantwortung für Umwelt, Region und Zukunft übernehmen.

Die IHK Lüneburg-Wolfsburg (IHKLW) begleitete in den letzten Monaten zahlreiche Re- und Neuzertifizierungen im Partnernetzwerk. Dabei lernte sie nicht nur inspirierende Projekte, sondern auch die Menschen dahinter kennen – alle mit dem Ziel, ihr wirtschaftliches Handeln an ökologischen, ökonomischen und sozialen Werten auszurichten.

Die Aufnahme ins Netzwerk erfolgt über ein strukturiertes Verfahren: Ein Beirat – unter anderem mit der IHKLW – bewertet die Betriebe vor Ort nach einem umfassenden Kriterienkatalog. Nur wer die geforderten Mindestpunktzahlen erreicht, kann als Partner anerkannt werden. Die finale Entscheidung trifft der Beirat gemeinsam.

Einige der von der IHKLW begleiteten Betriebe können sich nun auf ihre offizielle Partnerschaft freuen – gefeiert wird im Sommer bei einer gemeinsamen Zeremonie. Sie stehen beispielhaft für verantwortungsvolles, zukunftsorientiertes Wirtschaften in der Region.

Ob Hotel wie das Biohotel Kenners, der Erlebnisbauernhof mit Pferdefokus bei Pferdeschulze, der Ferienhof Gauster oder die Bäckerei Rasche – die Vielfalt im Partnernetzwerk ist beeindruckend. Sie alle verpflichten sich freiwillig zu einem nachhaltigen Handeln und werden dabei von der Biosphärenreservatsverwaltung intensiv begleitet. Auch regelmäßige Netzwerktreffen, Fortbildungen und gemeinsame Marketingmaßnahmen gehören dazu – das stärkt nicht nur die Betriebe, sondern die gesamte Region. Die IHKLW bringt ihre Perspektive zudem aktiv im Beirat des

Biosphärenreservats ein und begleitet so die strategische Weiterentwicklung der UNESCO-Region.

Das Engagement zeigt Wirkung: Gäste und Kunden schätzen die authentischen Angebote und die gelebte Regionalität. So trägt das Netzwerk nicht nur zur wirtschaftlichen Entwicklung bei, sondern stärkt auch das Profil des Biosphärenreservats – ein voller Erfolg.

Weitere Details finden Sie unter [www.elbtalaue.niedersachsen.de](http://www.elbtalaue.niedersachsen.de)

Biosphärenreservat  
Niedersächsische  
Elbtalaue



Die IHK Lüneburg-Wolfsburg vertreten durch Herrn Pozzi (rechts im Bild) in der Vollkornbäckerei Rasche. In vierter Generation setzen alle gemeinsam auf gleichbleibend hohe Handwerksqualität, zuverlässige Nahversorgung und ein gutes Miteinander im Rasche-Team.



IHK LÜNEBURG-  
WOLFSBURG



OLDENBURGISCHE  
IHK



### KONTAKT

Ihre Ansprechpartnerin in der  
Oldenburgischen IHK:  
Dorothee Schaeper  
Telefon: 0441 2220-316  
[dorothee.schaeper@oldenburg.ihk.de](mailto:dorothee.schaeper@oldenburg.ihk.de)  
[www.ihk-oldenburg.de](http://www.ihk-oldenburg.de)



### KONTAKT

Ihr Ansprechpartner  
in der IHK Lüneburg-Wolfsburg:  
Paul Pozzi  
Telefon: 04131 742-167  
[paul.pozzi@ihklw.de](mailto:paul.pozzi@ihklw.de)  
[www.ihk-lueneburg.de](http://www.ihk-lueneburg.de)

IHK-N-TOURISMUSNACHRICHTEN  
FRÜHJAHR/SOMMER 2025

## ADVENTURE GOLF

# Ein spielerischer Rundgang durch die Region

Dangast und Varel auf eine völlig neue Art erleben – das können Gäste auf der brandneuen Adventure Golf Anlage ab Sommer 2025! Die Anlage vereint sportlichen Spaß mit einer Entdeckungsreise durch die Region. Jede der liebevoll gestalteten Bahnen repräsentiert ein besonderes Highlight aus Dangast, Varel und Umgebung – von lokalen Sehenswürdigkeiten über Kunst und Kultur bis zum Leben am und im Wattenmeer.

Ob als Familie, Freundesgruppe oder Team-Event: Jeder kommt auf seine Kosten. Während die Kinder spielerisch ihre Geschicklichkeit testen, genießen die Erwachsenen eine entspannte Zeit in maritimer Atmosphäre. Gemeinsame Herausforderungen und knifflige Hindernisse sorgen für Spaß und Spannung für alle Generationen. Unternehmen können zudem Teile der Anlage exklusiv für Feiern oder Teambuilding-Events reservieren.



Weitere Infos und die Möglichkeit zur Reservierung der Adventure Golfanlage für Ihre nächste Firmenfeier finden Sie unter: [www.adventuregolf-dangast.de](http://www.adventuregolf-dangast.de).

## BUNDESWEITER HOTSPOT DER BIODIVERSITÄT

Die Wildeshäuser Geest ist ein bedeutender Hotspot der Biodiversität mit Erlebnischarakter. Die Region umfasst artenreiche Wälder wie den Urwald Hasbruch, Moorgebiete und Flüsse wie die Hunte und Delme, die seltene Arten wie Eisvogel und Bachmuschel beheimaten. Historische Kulturlandschaften wie Großsteingräber entlang der Route der Megalithkultur und das Pestruper Gräberfeld mit seinen bronzezeitlichen Hügeln bieten Einblicke in die Vergangenheit. Neben dem Naturparkübergreifenden Knotenpunktsystem für Radfahrer, gibt es 20 verschiedene Themenrouten, welche die landschaftlichen und kulturhistorischen Orte verbinden. 5 Fernradwege durchqueren den Naturpark in verschiedene Richtungen. Mit 20 gut ausgeschilderten und ausgewiesenen Rundwanderwegen verfügt der

Naturpark über ein Wanderwegenetz in verschiedenen Längen. Es wurden im vergangenen Jahr zahlreiche Projekte umgesetzt, darunter die Neugestaltung von Broschüren, Aktionstage und ein Kinderheft. Zudem wurde ein neues Tourismuskonzept erstellt, das Strategien für eine nachhaltige Entwicklung der Region aufzeigt. Durch Fördermittel konnte das Team von anderthalb auf neun Mitarbeitende anwachsen, und verschiedene Zukunftsprojekte, wie digitale Stelen und ein Vermarktungsnetzwerk, sind bereits in Planung. Das Naturparkhaus in Wildeshäusern wird ab Herbst die neue Geschäftsstelle des Naturparks Wildeshäuser Geest. Weitere Informationen und Ansprechpartner finden Sie unter Zweckverband [Naturpark Wildeshäuser Geest](http://Naturpark Wildeshäuser Geest).

## NATIONALER PREIS – BILDUNG FÜR NACHHALTIGE ENTWICKLUNG

# Zooschule des Tierparks Nordhorn

Der Tierpark Nordhorn hat einen weiteren Meilenstein in seiner Bildungsarbeit erreicht: Für ihre außergewöhnlichen Leistungen im Bereich ganzheitlicher Bildung wurde die Zooschule des drittgrößten Zoos in Niedersachsen jetzt mit dem „Nationalen Preis – Bildung für nachhaltige Entwicklung“ ausgezeichnet. Sie überzeugte die Jury in der Kategorie „Lernort“ durch ihre innovative Arbeit, bei der die Teilnehmer lernen, die Zukunft aktiv und nachhaltig mitzugestalten. Die renommierte Ehrung wird vom Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF) und der Deutschen UNESCO-Kommission vergeben.

Bildung ist im Tierpark Nordhorn keine Nebensache, sondern gelebter Auftrag. Die Bildungsabteilung des Zoos zählt mittlerweile zu den am stärksten wachsenden Bereichen der Einrichtung. Mit über 1.000 jährlichen Buchungen und mehr als 200.000 erreichten Menschen in den letzten 20 Jahren ist sie ein Leuchtturmprojekt der Region, welches weit über die Grafschaft Bentheim strahlt. Diese Reichweite kommt nicht von ungefähr: Ein festes Team engagierter Biologinnen und mehr als 25 speziell ausgebildete Zoobegleiter und Naturschutzranger vermitteln naturnahe und wissenschaftlich fundierte Inhalte.

Die Auszeichnung ist dabei nicht der erste Preis, den die Zooschule einheimst. „Bildung ist eine der Hauptaufgaben moderner Zoos“, so Zoodirektor Dr. Nils Kramer. „Deshalb bauen wir unsere Bildungsarbeit seit Jahren strategisch aus. Seit 2020 tragen wir die offizielle Anerkennung als außerschulischer Lernort nach BNE vom niedersächsischen Kultusministerium. Danach folgten die „Nationalen Auszeichnungen – Bildung für nachhaltige Entwicklung“ für die Jahre 2022/2023 und 2024/2025. Dass wir zu den Preisträgern 2025 gehören, ist die Krönung unserer Bildungsarbeit!“, so Kramer weiter.

Besonders hervorgehoben wurde von der Jury die „visionäre Bildungsarbeit“ und das ganzheitliche Konzept, in dem die Zooschule die globalen Nachhaltigkeitsziele der Vereinten Nationen integriert. Durch das breite Angebot vermittelt die Zooschule Kindern, Jugendlichen und Erwachsenen ein tiefes Verständnis für ökologische Zusammenhänge, nachhaltiges Handeln und globale Verantwortung. Mit der Verleihung des Nationalen Preises wird einmal mehr deutlich: Die Zooschule des Tierparks Nordhorn ist nicht nur ein Lernort, sondern ein Impulsgeber für die Bildung der Zukunft. Ein Ort, an dem Nachhaltigkeit nicht nur gelehrt, sondern gelebt wird.



Das Zooschulteam des Tierparks Nordhorn bietet ein breites Bildungsangebot für Jung und Alt, das sich an den Lehrplänen der Schulen orientiert und darüber hinausgeht.



## IHK OSNABRÜCK-EMSLAND-GRAFSCHAFT BENTHEIM



### KONTAKT

Ihre Ansprechpartnerin in der IHK Osnabrück-Emsland-Grafschaft Bentheim:  
Katja Sierp  
Telefon: 0541 353-235  
sierp@osnabrueck.ihk.de  
[www.osnabrueck.ihk24.de](http://www.osnabrueck.ihk24.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](http://www.ihk.de/emden)

## NETZWERK

# Regionalität im Tourismus

Wie lässt sich Regionalität im Tourismus gezielt einsetzen, um Gäste zu begeistern und die Wertschöpfung zu steigern? Diese Frage stand am 25. März 2025 im Mittelpunkt einer Veranstaltung der IHK für Ostfriesland und Papenburg. Experten und Akteure aus der Region teilten ihr Wissen und zeigten, welche Ansätze und Initiativen es bereits gibt. Astrid Martin von der Nationalparkverwaltung Niedersächsisches Wattenmeer und Michael Recktenwald von der Langeooger Bio Genuss Manufaktur Seekrug stellten das Netzwerk des Nationalpark-Partnerprogramms vor. Andreas Eden vom Kurverein Neuharlingersiel gab Einblicke in die Erwartungen der Gäste an das Ortsbild und zeigte, wie der Küstenort diese erfolgreich umsetzt. Katrin de Buhr von der Werbeagentur Designstuvv berichtete, wie Regionalität wir-

kungsvoll in der Kommunikation eingesetzt werden kann. Beim abschließenden Imbiss mit regionalen Spezialitäten nutzten die Teilnehmenden die Gelegenheit zum Austausch und zur Vernetzung.



## NORDSEEKUG – PRAXISWISSEN FÜR DAS GASTGEWERBE

Am 11. Juni 2025 bietet die IHK ein Webinar zum Thema „Die digitale Speisekarte“ an. Marketingberater Andreas Pfeifer von „Die Heldenhelfer“ zeigt darin, wie Gastronomiebetriebe ihre Speisekarte digitalisieren und effektiv online präsentieren können. Dabei geht es unter anderem um die Spielregeln für Speisekarten im Internet, verschiedene Formate und Funktionen, geeignete Anbieter sowie die Einbindung der digitalen Speisekarte auf der eigenen Website, bei Facebook und weiteren Plattformen. Die Online-Veranstaltung findet im Rahmen der Webinarreihe „nordseeklug - Praxiswissen für das Gastgewerbe“ statt, die in Kooperation mit der IHK für Bremen und Bremerhaven, der IHK Elbe-Weser, der Oldenburgischen IHK und der Tourismus-Agentur Nordsee GmbH (TANO) umgesetzt wird.

[www.ihk.de/emden/webinarreihe\\_tourismus](http://www.ihk.de/emden/webinarreihe_tourismus)

## SPACE MAGIC

Am 1. März 2025 eröffnete in Aurich das Space Magic, Deutschlands erster Weltraum-Themenpark. Der Freizeitpark bietet eine Vielzahl von Erlebnissen, die Action, Spiel und Technologie vereinen. Neben einer ValoArena – eine Mischung aus hochwertigem Videospiel- und Bewegungserlebnis, einem hochmodernen Lasertag-Areal, einem Trampolinpark und verschiedenen Kletterparks, gibt es auch Erlebnisbereiche für Kleinkinder und ein Weltraum-Restaurant, in dem die Gäste in die fiktive Welt einer Raumstation eintauchen. Mit einer Gesamtfläche von 4.800 Quadratmetern und einem Investitionsvolumen von rund 6 Millionen Euro bereichert das Space Magic die Freizeitangebote für Familien in der Region. 75.000 Besucher werden jährlich erwartet.

Weitere Informationen:  
[www.spacemagic.fun](http://www.spacemagic.fun)

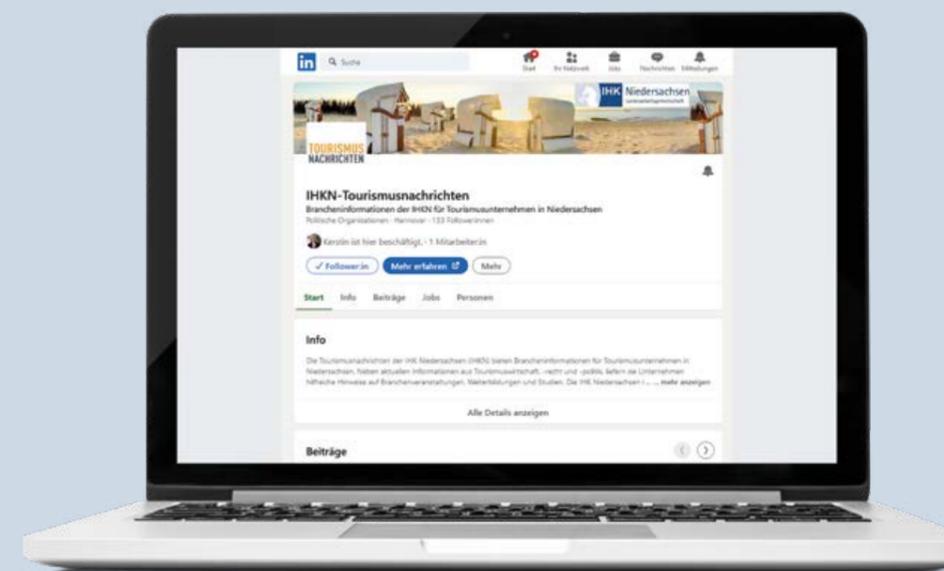
## TOURISMUSTAG NIEDERSACHSEN

Am 28. und 29. Oktober 2025 findet der 21. Tourismustag Niedersachsen in Osnabrück statt. Unter dem Motto „Zukunft gestalten: digital, nachhaltig, erlebnisstark!“ erwarten Sie spannende Vorträge, praxisnahe Workshops und inspirierende Diskussionen rund um die Zukunft des Tourismus in Niedersachsen. In der nächsten Ausgabe geben wir Einblicke ins Programm, stellen Ihnen die Referentinnen und Referenten vor und zeigen Ihnen die Stadt Osnabrück.



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](https://www.linkedin.com/company/ihkn-tourismusanmeldungen)



### LESERSERVICE

Abo bestellen unter  
[www.ihk-n.de/tourismusanmeldungen](http://www.ihk-n.de/tourismusanmeldungen)  
Finden Sie uns auf LinkedIn:  
[www.linkedin.com/company/ihkn-tourismusanmeldungen](https://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](mailto:info@ihk-n.de)  
[www.ihk-n.de](http://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](mailto:wiebke.eilts@emden.ihk.de)  
[www.ihk-n.de/tourismusanmeldungen](http://www.ihk-n.de/tourismusanmeldungen)

#### Mitglieder der IHK Niedersachsen sind:

IHK Braunschweig  
IHK Elbe-Weser  
IHK Hannover  
IHK Lüneburg-Wolfsburg  
Oldenburgische IHK  
IHK Osnabrück-Emsland-Grafschaft Bentheim  
IHK für Ostfriesland und Papenburg

**Erscheinungstermin:**  
Mai 2025

#### Bildnachweise:

Titel: © Max Wiesenbach, Seite 2: Bild links © Annette Klemm, PR Verein der UNESCO-Welterbestätten Deutschland, Bild Mitte © Janosch Parsiegl, Bild rechts © Doreen Otte Naturpark Wildeshäuser Geest, Seite 3: © IHKN/Isabell Massel, Seite 4: © Markus Tiemann, Seite 5: © Hartwig Wachsmann, Tourismusverband Osnabrücker Land e.V., Seite 7: © Annette Klemm, PR Verein der UNESCO-Welterbestätten Deutschland, Seite 8: © Znajkraj, [www.znajkraj.pl](http://www.znajkraj.pl), Sales Desk Polen, Seite 9: © IHK Niedersachsen / Janko Woltersmann, Seite 10: © shutterstock.com/koonsiri boonnak, Seite 12: © Screenshot TMN, Seite 13: © Screenshot TMN, Seite 14: © Max Wiesenbach, Seite 16: Bild unten links © Hildesheim Marketing GmbH, Dagmar Schwelle, Bild unten rechts © Max Wiesenbach, Seite 17: © smx12, Eray Asena, blackpencil – shutterstock.com, Seite 18: © Doreen Otte Naturpark Wildeshäuser Geest, Seite 19: Porträt © oh, Bild unten © HarzVenture GmbH, Seite 20: Porträt © IHK Elbe-Weser, Bild unten © Jörg Struwe, IHK Elbe-Weser, Seite 21: Porträt © Andrea Seifert Photography [www.andreaseifert.de](http://www.andreaseifert.de), IHK Hannover, Seite 22: Porträt © Andreas Tamme, tonwert21.de, IHK Lüneburg-Wolfsburg, Bild unten © Paul Pozzi, IHK Lüneburg-Wolfsburg, Seite 23: Porträt © Sven Seebergen, Foto- und Bilderwerk, Karte © Jörn Jürgens, Seite 24: Porträt © Moritz Muench, Bild unten © Osnabrück\_Zooschulsteam (Tierpark Nordhorn) voli Ina Deiting - Lisa Giese - Bettina Schiks - Rebecca S.-I., Seite 25: Porträt © Susanne Schadewald, Bild rechts © IHK für Ostfriesland und Papenburg, Seite 26: © Hartwig Wachsmann, Tourismusverband Osnabrücker Land e.V., 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](mailto:info@ihk-n.de)

**TOURISMUS  
NACHRICHTEN**

.....  
**IHKN-MITGLIEDER**

**IHK BRAUNSCHWEIG**  
Brabantstraße 11  
38100 Braunschweig  
Telefon: 0531 4715-0  
E-Mail: [info@braunschweig.ihk.de](mailto:info@braunschweig.ihk.de)

**IHK ELBE-WESER**  
Am Schäferstieg 2  
21680 Stade  
Telefon: 04141 524-0  
E-Mail: [info@elbeweser.ihk.de](mailto:info@elbeweser.ihk.de)

**IHK HANNOVER**  
Bischofsholer Damm 91  
30175 Hannover  
Telefon: 0511 3107-0  
E-Mail: [info@hannover.ihk.de](mailto:info@hannover.ihk.de)

**IHK LÜNEBURG-WOLFSBURG**  
Am Sande 1  
21335 Lüneburg  
Telefon: 04131 742-0  
E-Mail: [service@lueneburg.ihk.de](mailto:service@lueneburg.ihk.de)

**OLDENBURGISCHE IHK**  
Moslestraße 6  
26122 Oldenburg  
Telefon: 0441 2220-0  
E-Mail: [info@oldenburg.ihk.de](mailto:info@oldenburg.ihk.de)

**IHK OSNABRÜCK-EMSLAND-GRAFSCHAFT BENTHEIM**  
Neuer Graben 38  
49074 Osnabrück  
Telefon: 0541 353-0  
E-Mail: [ihk@osnabrueck.ihk.de](mailto:ihk@osnabrueck.ihk.de)

**IHK FÜR OSTFRIESLAND UND PAPANBURG**  
Ringstraße 4  
26721 Emden  
Telefon: 04921 8901-0  
E-Mail: [info@emden.ihk.de](mailto:info@emden.ihk.de)  
.....



**IHK Niedersachsen**  
Landesarbeitsgemeinschaft

[WWW.IHK-N.DE/TOURISMUSNACHRICHTEN](http://WWW.IHK-N.DE/TOURISMUSNACHRICHTEN)