

Tourismusnachrichten



Nachgefragt
Gästezufriedenheit
in Niedersachsen

Destinationportrait
Landesgartenschau
in Bad Nenndorf

Saisonumfrage
Die Auswirkungen
der Nahost-Unruhen
auf den Tourismus

Frühjahr/Sommer 2026

Inhalt



Aktuelles Seite 4

Save the Date:
Deutscher Tourismustag 2026

Im Interview Seite 6

DWIF und TrustYou
Gästebewertungen im Fokus

Jubiläen Seite 8

Ihr gutes Recht Seite 9

Neuer Widerrufsbutton wird Pflicht

Zahlen & Fakten Seite 10

Saisonumfrage Tourismus

Neues von der TMN Seite 12

Rundreise Seite 14

Bad Nenndorf blüht auf:
Landesgartenschau setzt
neue Impulse

Übern Tellerrand Seite 17

IHK Regional Seite 18

Braunschweig
Seite 19

Elbe-Weser
Seite 20

Hannover
Seite 21

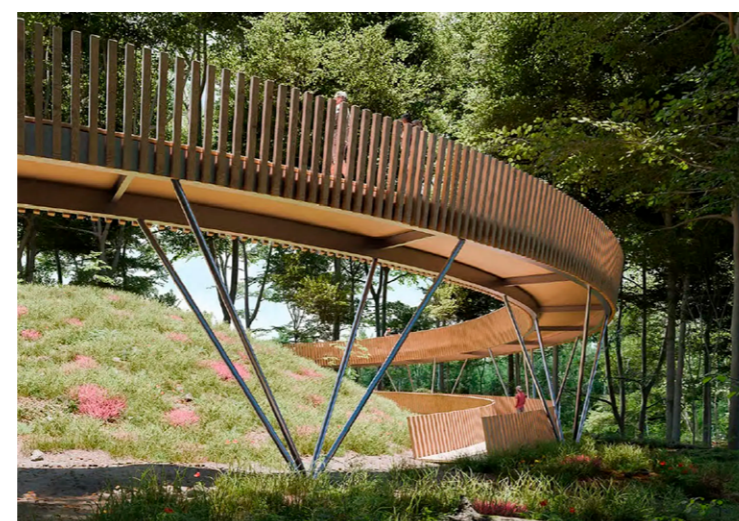
Lüneburg-Wolfsburg
Seite 22

Oldenburg
Seite 23

Osnabrück-Emsland-
Grafschaft Bentheim
Seite 24

Ostfriesland und Papenburg
Seite 25

Impressum Seite 26



VORWORT

Niedersachsens Tourismus: Zwischen Chancen und Herausforderungen

Der Tourismus in Niedersachsen steht vor einer wichtigen Saison – und zugleich vor entscheidenden Weichenstellungen. Die kommenden Monate werden zeigen, wie gut es uns gelingt, die Chancen einer starken Nachfrage mit den bestehenden Herausforderungen in Einklang zu bringen.

Mit der Nationalen Tourismusstrategie der Bundesregierung ist unsere Branche endlich stärker in den politischen Fokus gerückt. Das ist ein wichtiges Signal. Denn Tourismus ist weit mehr als Freizeit: In Niedersachsen sichern rund 330.000 Beschäftigte Wertschöpfung und Lebensqualität – auf Augenhöhe mit anderen bedeutenden Wirtschaftszweigen. Umso entscheidender ist es, dass den mit der Strategie angekündigten Maßnahmen nun konkrete Taten folgen.

Ein zentraler Punkt ist dabei die Flexibilisierung der Arbeitszeit. Unsere Betriebe brauchen dringend rechtliche Spielräume, um Arbeitszeiten praxisnah und zugleich mit Blick auf die Bedürfnisse der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zu gestalten. Es geht nicht um längere Arbeitszeiten, sondern um intelligentere Modelle, die sowohl die Vereinbarkeit von Familie und Beruf stärken als auch die Wirtschaftlichkeit der Betriebe sichern.

Gleichzeitig stehen viele Unternehmen weiterhin unter erheblichem Druck: steigende Kosten, hohe bürokratische Anforderungen und zunehmende Unsicherheiten im wirtschaftlichen Umfeld. Umso wichtiger ist ein politisches Klima, das auf Partnerschaft setzt. Unsere Branche lebt von engagierten Unternehmerinnen und Unternehmern, die Verantwortung tragen – oft selbst im operativen Geschäft. Sie verdienen Unterstützung und Respekt.

Gemeinsam mit dem Tourismusverband Niedersachsen setzen wir uns deshalb dafür ein, den Tourismus auf Landesebene als Leitökonomie anzuerkennen. Denn seine Wirkung reicht weit über Hotellerie und Gastronomie hinaus – in den Einzelhandel, das Handwerk, Kultur und in unsere ländlichen Räume. Eine starke Tourismuswirtschaft stärkt das ganze Land.

Mit Blick auf die bevorstehende Sommersaison ist die Erwartung vorsichtig optimistisch. Viele Menschen wollen reisen, genießen und Zeit in Niedersachsen verbringen. Damit dies gelingt, braucht es planbare und verlässliche Rahmenbedingungen – bei Mobilität, Infrastruktur und für die Menschen im Gastgewerbe.

Der Tourismus ist bereit, Verantwortung zu übernehmen und seinen Beitrag zu leisten. Jetzt ist es an der Politik, die richtigen Weichenstellungen zu schaffen.

Dirk Breuckmann
Präsident DEHOGA Niedersachsen



Meldungen aus Politik & Wirtschaft

Aktuelles



SAVE THE DATE

Deutscher Tourismustag 2026 18. und 19. November 2026

Der Deutsche Tourismustag ist die größte Fachtagung im Deutschlandtourismus. Jedes Jahr begrüßt eine andere Stadt als Gastgeberin hunderte Teilnehmende.

In diesem Jahr lädt der Deutsche Tourismusverband e.V. Sie herzlich nach Leipzig ein – gemeinsam mit weiteren Gastgebern: dem Landestourismusverband Sachsen e.V., der Leipzig Tourismus und Marketing GmbH, der Touristik & Caravanning Leipzig sowie der Leipziger Messe.

In Vorträgen, auf Podien und im Rahmen von Fachexkursionen bekommen die Teilnehmenden spannende Einblicke in aktuelle Themen und Trends. Begleitend zur Fachtagung präsentieren Unterneh-

men im Rahmen einer Ausstellung die neuesten Entwicklungen für die Tourismusbranche. Die Aussteller kommen aus unterschiedlichen Bereichen, Digitalisierung und Kommunikation treffen hier auf Innenarchitektur oder Messe-Veranstalter.

Der Deutsche Tourismustag startet mit einem Get-together, das in lockerer Atmosphäre Gelegenheit zum Netzwerken bietet. Bei der festlichen Abendveranstaltung am zweiten Tag findet die Verleihung des Deutschen Tourismuspreises statt.

Mehr Informationen: www.deutschertourismusverband.de

Branchenveranstaltungen

23. und 24. Juni 2026
BERLIN

upnxt Hospitality Festival
www.hospitalityfestival.de

09. und 10. September 2026
HARZ
Tourismus Campus

23. September 2026
FRANKFURT AM MAIN
DZT Sustainable Tourism Day

15. und 16. Oktober 2026
BERLIN
DRV-Hauptstadtkongress

11. und 12. November 2026
ESSEN
Norddeutscher Campingtag

18. und 19. November 2026
LEIPZIG
Deutscher Tourismustag

Informationsveranstaltung zur neuen EmpCo-Richtlinie

Mit der EU-Richtlinie „Empowering Consumers for the Green Transition“ (EmpCo) kommen ab Ende September 2026 neue Anforderungen auf Hotels, Gastronomiebetriebe und weitere touristische Anbieter zu. Aussagen zu Nachhaltigkeit, Regionalität, Klimaschutz oder Umweltfreundlichkeit müssen künftig klarer formuliert, nachvollziehbar belegt und transparent kommuniziert werden. Ziel der Richtlinie ist es, Greenwashing zu vermeiden und Verbraucherinnen und Verbrauchern verlässliche Informationen zu bieten.

- Welche Aussagen zu Nachhaltigkeit sind künftig noch zulässig?
- Welche Risiken bestehen bei Begriffen wie „nachhaltig“, „regional“, „klimafreundlich“ oder „umweltbewusst“?
- Was bedeutet die Richtlinie für Werbung, Social Media, Website und Gästeansprache?
- Wie können Betriebe ihre Angebote weiterhin glaubwürdig und attraktiv kommunizieren?
- Welche ersten Schritte sollten Hotels und Gastronomiebetriebe jetzt angehen?

Eine Informationsveranstaltung der TourismusMarketing Niedersachsen (TMN) am 2. Juli 2026 um 11:00 Uhr gibt eine Einführung in die neue EmpCo-Richtlinie und zeigt auf, welche Auswirkungen sie konkret auf die Kommunikation und Vermarktung touristischer Betriebe hat.

Zur Anmeldung der kostenfreien Veranstaltung gelangen Sie über den QR-Code oder im Tourismusnetzwerk der TMN unter

<https://nds.tourismusnetzwerk.info>



Im Fokus stehen dabei insbesondere Fragen wie:

DWIF & TRUSTYOU DESTINATIONS-RANKING

Gästebewertungen im Fokus

Im Interview

Gemeinsam mit ihrem Partner TrustYou veröffentlicht die Tourismusberatung dwif bereits seit 2010 das jährliche dwif & TrustYou Destinations-Ranking für über 140 Regionen im Deutschland-Tourismus. Die Auswertungen geben Aufschluss darüber, wie sich die Qualität der Unterkünfte aus Sicht der Gäste entwickelt hat. Sentiment Analysen zeigen zudem detailliert die Verbesserungspotenziale im Beherbergungsgewerbe der jeweiligen Destination.

Tourismusknachrichten: Frau Schröder/Herr Heinsohn, welche Bedeutung haben die von Ihnen und TrustYou erhobenen Daten für die Tourismusbranche in Deutschland?

dwif: Zu wissen, wie zufrieden die Gäste mit dem Angebot der Beherbergungsbetriebe einer Region sind, ist wichtig, weil Zufriedenheit in der Regel der beste Frühindikator dafür ist, ob ein Angebot langfristig erfolgreich bleibt und weil sie sich direkt auf die Reputation und damit die Buchungslage und den Umsatz auswirkt. Zufriedene Gäste kommen gern wieder und erzählen anderen davon, die dann ebenso zu Gästen werden. Gerade im Zeitvergleich oder im Vergleich mit anderen Regionen können eine Destination oder ein Betrieb mit den TrustYou-Daten sehen, wie sie sich im Markt positionieren und wo es Optimierungsbedarf gibt.

Tourismusknachrichten: Sie können nun bereits eine längere Zeitspanne überblicken – was sind für Sie die interessantesten Erkenntnisse bei Betrachtung des Zeitverlaufs?

dwif: Im Zuge der Corona-Pandemie gab es bundesweit erstmal einen Einbruch bei der Gästezufriedenheit. In den letzten Jahren ging es aber stetig wieder bergauf, vor allem im Jahr 2025 waren die Gäste wieder deutlich zufriedener als in den Vorjahren. Bei den Kategorien war das Preis-Leistungs-Verhältnis in den letzten Jahren oft das Sorgenkind, was sich deutlich verschlechtert hat. Gerade in den Küstenregionen war das der Fall. Seit 2024 setzte hier wieder eine Stabilisierung ein, 2025 stieg die Zufriedenheit der Gäste mit dem Preis-Leistungs-Verhältnis sogar wieder. Ähnlich verhielt es sich mit der Hardware in den Betrieben, also der Zufriedenheit mit den Zimmern, den Gebäuden und Außenanlagen. Nach einem stetigen Rückgang in den letzten Jahren ging es 2025 wieder bergauf. Aus Gästesicht scheinen also die Qualität der Angebote und der Preis wieder besser zusammenzupassen, was mit einer höheren Zufriedenheit honoriert wird. Beim Service kippt es gerade leicht in die andere Richtung. Hier muss angepasst werden, dass

der Arbeitskräftemangel in den Betrieben nicht zu Lasten des Services geht, denn die Gäste reagieren darauf unmittelbar mit negativen Bewertungen. Bindung der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, die Motivation des Teams und Prozessoptimierungen in den Betriebsabläufen sind wichtige Ansatzpunkte.

Tourismusknachrichten: Können Sie die Entwicklung von Niedersachsen im Laufe der letzten Jahre für unsere Leser grob skizzieren – und worauf führen Sie diese Entwicklungen zurück?

dwif: Niedersachsen platziert sich seit vielen Jahren beim Performance Score im Mittelfeld der Bundesländer. So eine richtige Bewegung im Ranking hat hier noch nicht eingesetzt. Mit dem Oldenburger Münsterland und Ostfriesland hat Niedersachsen immerhin auch zwei Destinationen, die bundesweit unter den Top 20 liegen. In den letzten drei Jahren hat die Gästezufriedenheit zwar kontinuierlich zugenommen, aber eben nicht über dem Durchschnitt. Will Niedersachsen hier ein deutliches Qualitätszeichen setzen, dann müssen die richtigen Ansatzpunkte identifiziert und von den Betrieben, flankiert durch die Tourismusorganisationen und die Kommunen, konsequent verbessert werden.

Die TourismusMarketing Niedersachsen GmbH veröffentlicht jährlich den TMN-TourismusMonitor auf Basis der Auswertungen der dwif und ihrem Partner TrustYou

Die aktuelle Auswertung für Niedersachsen ist einsehbar unter: nds.tourismusnetzwerk.info



Anja Schröder
Telefon 030 757 949-31
a.schroeder@dwif.de



Karsten Heinsohn
Telefon 030 757 949-30
k.heinsohn@dwif.de

"Will Niedersachsen hier ein deutliches Qualitätszeichen setzen, dann müssen die richtigen Ansatzpunkte identifiziert und von den Betrieben, flankiert durch die Tourismusorganisationen und die Kommunen, konsequent verbessert werden."

Tourismusknachrichten: In welchen Kategorien kann Niedersachsen bei seinen Gästen besonders punkten?

dwif: Niedersachsen liegt beim Service und bei den gastronomischen Angeboten in den Beherbergungsbetrieben im Bundesländervergleich auf dem ersten Platz. In beiden Kategorien ist das Bundesland schon seit vielen Jahren vorn dabei. Und das ist umso wichtiger, als Service sowie Essen und Trinken wichtige Faktoren für eine hohe Gesamtzufriedenheit sind, das wissen wir aus breit angelegten Gästebefragungen.

Tourismusknachrichten: Das ist ja ein sehr großes Lob für die niedersächsischen Tourismusakteure. Gibt es auch Punkte, in welchen Niedersachsen unterdurchschnittlich abschneidet?

dwif: Luft nach oben gibt es noch bei der Bewertung der Außenanlagen der Betriebe und der Gebäude der Unterkünfte. In beiden Kategorien liegt Niedersachsen unter dem bundesweiten Durchschnitt. Die Zufriedenheit mit den Außenanlagen, also Eingangsbereichen,

Aufenthaltsmöglichkeiten im Freien wie Terrassen o. ä., hat in Niedersachsen in den letzten Jahren recht kontinuierlich abgenommen.

Tourismusknachrichten: An welchen Stellschrauben müsste gedreht werden, damit Niedersachsen sich in diesen Kategorien zukünftig verbessern kann?

dwif: Die Außenbereiche und die Attraktivität der Gebäude liegen in der Hand der einzelnen Betriebe. Hier braucht es betriebliche Investitionen für eine zukunftsweisende Angebotsentwicklung und ein qualitativ anspruchsvolles Reiseerlebnis, damit die Zufriedenheit der Gäste wieder steigt. Aber auch wenn hier in erster Linie der Beherbergungsbetrieb bewertet wird, setzt man sich die Brille der Gäste auf, dann spielt gerade bei den genannten Verbesserungsbedarfen der Gesamteindruck des Umfeldes mit in die Zufriedenheit hinein: Direkte Umgebung, Zustand von Gebäuden und Straßen, Sauberkeit etc. Hier sind die Kommunen gefragt, ein attraktives Umfeld im Sinne einer hohen Aufenthaltsqualität für Gäste und Einheimische zu schaffen.

Tourismusknachrichten: Herzlichen Dank, für den interessanten Einblick in Ihre Arbeit. Wo können unsere Leser bei Interesse tiefer in die Zahlen einsteigen?

dwif: Interessierte Regionen oder Gemeinden können sich bei Interesse gern bei uns melden. Im Rahmen einer Sonderauswertung können wir bei ausreichender Fallzahl bis auf die Gemeindeebene Aussagen zur Gästezufriedenheit in Beherbergungsbetrieben treffen. Das gilt sowohl für den Performance Score, also den Gesamtscore, als auch für einzelne Kategorien. Und das alles natürlich im Zeitvergleich und im Benchmark mit anderen Regionen.



40 Jahre Nationalpark Niedersächsisches Wattenmeer



Im Jahr 2026 steht ein besonderes Jubiläum im Fokus: Der Nationalpark Niedersächsisches Wattenmeer wird 40 Jahre alt. Seit seiner Ausweisung am 1. Januar 1986 hat sich das Schutzgebiet zu einem echten Erfolgsmodell entwickelt – nicht nur für den Naturschutz, sondern auch für die touristische Entwicklung der gesamten Küstenregion.

Anlässlich dieses runden Geburtstags stellt die Jubiläumskampagne „Nationalpark wirkt!“ die vielfältigen Effekte des Schutzgebiets heraus.

Das Schutzgebiet selbst umfasst rund 3.450 Quadratkilometer und ist geprägt vom stetigen Wechsel der Gezeiten. Diese Dynamik macht das Wattenmeer zu einem der produktivsten Lebensräume weltweit.

Der Nationalpark zählt heute zu den wichtigsten Reiseanlässen an der niedersächsischen Nordseeküste. Millionen Gäste besuchen jedes Jahr die Region – nicht zuletzt wegen der einzigartigen Natur, der Ruhe und der besonderen Erlebnisse im Weltnaturerbe Wattenmeer. Gleichzeitig wächst die Nachfrage nach authentischen, nachhaltigen Angeboten. Geführte Wattwanderungen, Naturerlebnisse, regionale Produkte und umweltbewusste Gastgeber spielen dabei eine immer größere Rolle. Der Nationalpark bietet hierfür eine starke Marke und verlässliche Orientierung – etwa durch Partnerprogramme und Umweltbildungsangebote, die Gäste sensibilisieren und gleichzeitig Mehrwert schaffen.

www.nationalpark-wattenmeer.de

70 Jahre Rattenfänger-Freilichtspiele in Hameln

2026 feiert Hameln das 70-jährige Jubiläum des Rattenfänger-Freilichtspiels – ein Höhepunkt im touristischen Kalender der Stadt. Seit 1956 wird die weltberühmte Sage jeden Sommer in der Altstadt aufgeführt.

Zum Jubiläum erwartet Besucher ein erweitertes Programm mit Sonderaufführungen, Ausstellungen im Museum, Stadtfesten sowie Events wie Mittelaltermarkt und Musical-Inszenierungen. Besonders im Fokus steht die Verbindung von Geschichte, Unterhaltung und internationaler Anziehungskraft. Die Aufführungen finden von Mai bis September 2026 regelmäßig statt.

Weitere Infos zum Programm unter:
www.hameln.de

HANDLUNGSBEDARF FÜR DIE TOURISMUSBRANCHE

Neuer Widerrufsbutton wird Pflicht

Unternehmen, die Verträge mit Verbraucherinnen und Verbrauchern über ihre Website abschließen, sind künftig verpflichtet, einen gut sichtbaren, jederzeit erreichbaren und eindeutig beschrifteten Widerrufsbutton bereitzustellen. Über diese Schaltfläche soll es Kundinnen und Kunden ermöglicht werden, ihre Widerrufserklärung einfach und unmittelbar elektronisch abzugeben.

Für die Tourismusbranche – insbesondere für Hotels, Reiseveranstalter und Anbieter von Freizeitaktivitäten – kommt dieser Regelung eine besondere Bedeutung zu. Buchungen erfolgen zunehmend digital und häufig kurzfristig. Ein transparenter und benutzerfreundlicher Widerrufsprozess trägt daher wesentlich zur Kundenzufriedenheit sowie zum Vertrauen in Online-Buchungssysteme bei.

Nach Abgabe des Widerrufs ist das Unternehmen verpflichtet, den Eingang unverzüglich auf einem dauerhaften Datenträger, in der Regel per E-Mail, zu bestätigen. Diese Bestätigung muss den Inhalt der Widerrufserklärung sowie Datum und Uhrzeit des Eingangs enthalten.

Die im Februar beschlossene Neuregelung verfolgt das Ziel, den Verbraucherschutz zu stärken und bestehende Hürden beim Widerruf abzubauen. Die Umsetzungsfrist endet am 19. Juni 2026. Touristische Betriebe sind daher gehalten, ihre Webseiten, Buchungsprozesse und digitalen Vertragsabläufe rechtzeitig zu überprüfen und entsprechend anzupassen. Eine frühzeitige Umsetzung hilft, rechtliche Risiken zu minimieren und zugleich die Servicequalität zu verbessern.

Inhaltlich erweitert und digitalisiert die Regelung die bestehenden Widerrufsrechte im Online-Vertragsrecht und orientiert sich am bereits etablierten Kündigungsbutton (§ 312k BGB).

Widerrufsrechte im Online-Vertragsrecht erweitert und digitalisiert:
www.recht.bund.de

Der Widerrufsbutton selbst muss klar erkennbar, leicht zugänglich und dauerhaft verfügbar sein. Seine Beschriftung hat eindeutig und unmissverständlich zu erfolgen, beispielsweise mit „Vertrag widerrufen“ oder „Widerruf erklären“. Missverständliche Begriffe wie „stornieren“ sollten hingegen vermieden werden. Zudem ist der Button optisch deutlich von anderen Inhalten – etwa AGB oder Impressum – abzuheben und idealerweise direkt im Buchungsprozess oder in der Buchungsbestätigung zu platzieren.

Nach Betätigung des Buttons ist die Nutzerin oder der Nutzer auf eine Widerrufsseite zu führen, auf der die zur Bearbeitung erforderlichen Angaben gemacht werden können. Hierzu zählen insbesondere Name, eine eindeutige Buchungsidentifikation (z. B. Buchungs- oder Reservierungsnummer) sowie eine Kontaktmöglichkeit, etwa eine E-Mail-Adresse. Weitere Angaben dürfen nicht verpflichtend abgefragt werden.

Zur Vermeidung unbeabsichtigter Widerrufe ist ein zweistufiges Verfahren vorgesehen: Der Widerruf wird erst wirksam, wenn er in einem zweiten Schritt ausdrücklich bestätigt wird, beispielsweise über eine Schaltfläche „Widerruf bestätigen“.

Damit wird die Umsetzung der neuen Regelung zu einem wichtigen Baustein für Transparenz, Rechtssicherheit und eine moderne, kundenfreundliche digitale Angebotsgestaltung.

Ihr gutes
Recht



HOHE KOSTEN UND UNSICHERHEIT TRÜBEN DIE AUSSICHTEN

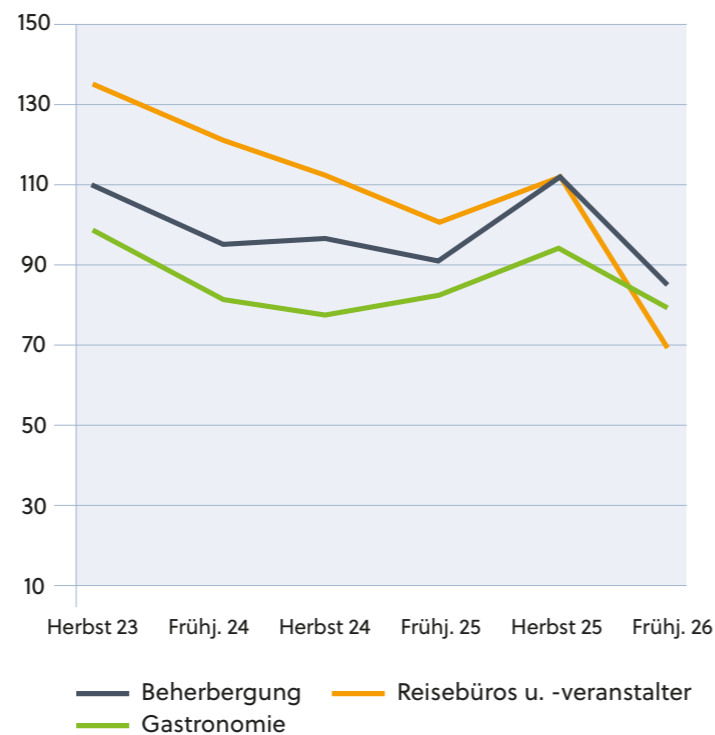
Nahost-Konflikt belastet Tourismuswirtschaft in Niedersachsen

Die wirtschaftliche Lage in der niedersächsischen Tourismuswirtschaft hat sich deutlich eingetrübt. Die Kombination aus hohen Kosten, zunehmender Preissensibilität der Gäste und internationaler Unsicherheit belastet die Branche. Das ist das Kernergebnis der aktuellen Saisonumfrage der IHK Niedersachsen (IHKN).

Der Konjunkturklimaindex des Gastgewerbes, der die aktuelle Lage und die Zukunftsaussichten in einem Wert zwischen 0 und 200 Punkten zusammenfasst, ist auf 85 Punkte gesunken. Im Herbst 2025 lag er noch bei 105 Punkten. Nur noch 25 Prozent der Betriebe bewerten ihre aktuelle Geschäftslage als „gut“, während 27 Prozent ihre Lage als „schlecht“ einschätzen. Besonders pessimistisch fallen die Erwartungen für die kommende Saison aus: 39 Prozent rechnen mit einer ungünstigeren Geschäftslage, nur 13 Prozent mit einer Verbesserung.

Vor allem die Reisebüros und Reiseveranstalter blicken skeptischer auf die kommenden Monate. Der Klimaindex der Branche sank von 112 Punkten im Herbst 2025 auf aktuell nur noch 69 Punkte und liegt damit in etwa auf dem Corona-Niveau von Herbst 2021. Nur noch 23 Prozent bewerten ihre Lage als gut, während 29 Prozent sie als schlecht einschätzen. Fast 69 Prozent der Betriebe rechnen mit einer ungünstigeren Geschäftsentwicklung. Die Reisebranche verzeichnet einen deutlichen Rückgang bei Buchungen und Umsätzen.

Der IHKN-Konjunkturklimaindex



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

„Die Betriebe des Gastgewerbes stehen unter erheblichem wirtschaftlichem Druck. Energie-, Lebensmittel- und Rohstoffpreise sowie Arbeitskosten bleiben hoch, gleichzeitig reagieren Gäste deutlich sensibler auf Preise und schränken ihre Ausgaben stärker ein. Die Reisebüros und -veranstalter reagieren besonders sensibel auf internationale Krisen. Viele Verbraucherinnen und Verbraucher verschieben Buchungen oder entscheiden sich kurzfristiger, wenn Unsicherheit über die weltpolitische Lage besteht“, sagt Monika Scherf, Hauptgeschäftsführerin der IHK Niedersachsen.

Größte Risiken im Gastgewerbe

Energiepreise, Lebensmittel- und Rohstoffpreise



Arbeitskosten



Wirtschaftspolitische Rahmenbedingungen



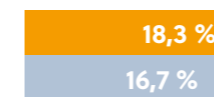
Fachkräftemangel



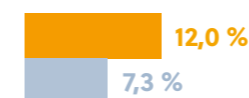
Inlandsnachfrage



Finanzierung



Auslandsnachfrage



Als größte Risiken nennen die Betriebe des Gastgewerbes die Energie-, Lebensmittel- und Rohstoffpreise (87,1 %), die Arbeitskosten (73,5 %) sowie die wirtschaftspolitischen Rahmenbedingungen (62,8 %).

Bei den Reisebüros und -veranstaltern werden die Energie- und Rohstoffpreise (65,8 %), wirtschaftspolitische Rahmenbedingungen (56,2 %) sowie die schwache Inlandsnachfrage (37,0 %) als größte Risiken genannt.

Methodischer Hinweis

Die IHKN-Saisonumfrage wurde vom 8. April bis zum 7. Mai 2026 durchgeführt. An der Umfrage beteiligten sich rund 400 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.

OFFENE DATEN CLEVER NUTZEN

So bringen Sie Veranstaltungen und Ausflugstipps direkt auf Ihre Website

Offene Daten (Open Data) sind frei zugängliche, standardisierte Informationen, die ohne zusätzliche Kosten genutzt werden dürfen. Für touristische Betriebe bedeutet das: Sie können Inhalte wie Veranstaltungen, Touren oder Sehenswürdigkeiten direkt aus der landesweiten touristischen Datenbank – dem Niedersachsen Hub – abrufen und auf eigenen Kanälen darstellen. Diese Inhalte werden von den jeweils verantwortlichen Stellen zentral gepflegt, sodass Sie sich weder um Aktualität noch um die Datenpflege kümmern müssen.

Der Weg zu den Daten:**Der Open Data-Finder Niedersachsen**

Die TourismusMarketing Niedersachsen (TMN) stellt mit dem Open Data-Finder ein praktisches Werkzeug bereit, mit dem Sie Inhalte aus dem Niedersachsen Hub ganz leicht auswählen und für Ihre Website aufbereiten können. Das funktioniert ohne Programmierkenntnisse – ideal für alle, die schnell und unkompliziert relevante Inhalte präsentieren möchten.

So integrieren Sie offene Daten aus dem Niedersachsen Hub Schritt für Schritt auf Ihrer Website:

- 1 Open Data-Finder der TMN öffnen**
(auf www.niedersachsen-hub.de) und Ort auswählen
- 2 Widget als Nutzungsart auswählen**
(vgl. Info-Kasten „was ist ein Widget?“)
- 3 Gewünschte Daten festlegen**
z. B.: POIs (Points of Interest), Veranstaltungen oder Touren.
- 4 Widget erstellen**
(in Form eines Javascript Codes) und auf Ihrer Website einfügen – fertig. Das Widget erscheint sofort und aktualisiert sich künftig automatisch.



Aktuelles von der TMN

Welche Vorteile haben Sie davon?**Zeitersparnis:**

Inhalte müssen nicht selbst recherchiert oder gepflegt werden.

Aktualität:

Alle Daten stammen direkt aus dem zentralen Niedersachsen Hub.

Mehr Service für Gäste:

Sie bieten echten Mehrwert durch relevante, aktuelle Informationen.

Kostenfrei nutzbar:

Sowohl Daten als auch Widget sind ohne zusätzliche Kosten einsetzbar.

Bilderpool:

Über den Open Data-Finder können Sie zudem auf einen großen Bildbestand aus Niedersachsen zugreifen und diese für eigene Kanäle nutzen.

Was ist ein Widget?

Ein Widget ist ein kleines, eingebettetes Fenster auf Ihrer Website, das automatisch Informationen anzeigt. Es wird einmal eingebaut und aktualisiert sich anschließend selbst. So erscheinen z. B. neue Veranstaltungstermine oder geänderte Öffnungszeiten automatisch auf Ihrer Seite, ohne dass Sie selbst Änderungen vornehmen müssen.



NEUES ANGEBOT

Online-Selbstcheck Nachhaltigkeit für Unternehmen

Touristische und gastgewerbliche Betriebe in Niedersachsen stehen vor der Aufgabe, sich im Wettbewerb weiterzuentwickeln und gleichzeitig den Wandel hin zu mehr ökologischer, ökonomischer und sozialer Nachhaltigkeit zu gestalten. Viele Unternehmen suchen daher nach Möglichkeiten, effizienter zu arbeiten und die damit verbundenen Herausforderungen als Chance für eine zukunftssichere, resiliente und klimafreundliche Ausrichtung zu nutzen.

Das Niedersächsische Ministerium für Wirtschaft, Verkehr und Bauen stellt daher im Rahmen des laufenden Prozesses der Fortschreibung der Tourismusstrategie Niedersachsen eine weitere Unterstützungsmöglichkeit für Unternehmen in der Tourismusbranche zur Verfügung. Die TourismusMarketing Niedersachsen (TMN) wurde beauftragt, einen bereits in Nordrhein-Westfalen entwickelten und etablierten Online-Selbstcheck für betriebliches Nachhaltigkeitsmanagement für Niedersachsen nutzbar zu machen, an die regionalen Gegebenheiten anzupassen und gezielt weiterzuentwickeln.

Das Ergebnis ist ein frei zugänglicher und kostenfrei nutzbarer Online-Selbstcheck für touristische Betriebe und Unternehmen. Dieser bietet eine individuelle, anonyme und praxisnahe Analyse des aktuellen Stands in ökologischen, sozialen und ökonomischen Fragen. Darauf aufbauend erhalten Betriebe konkrete Hinweise und Empfehlungen für mehr Nachhaltigkeit – von Ressourceneinsparungen bis hin zur Weiterentwicklung ihrer Kommunikationsstrategien.

Neu ist insbesondere die Erweiterung des Online-Selbstchecks um das Fokusthema Klimaanpassung, welches seit Jahren einen zentralen Baustein in der nachhaltigen Tourismusentwicklung in Niedersachsen bildet. Der Selbstcheck liefert damit zusätzliche Impulse, wie sich Betriebe frühzeitig auf klimatische Veränderungen einstellen und ihre langfristige Zukunftsfähigkeit sichern können.

Sie finden den Online-Selbstcheck im Tourismusnetzwerk der TMN unter www.tourismuspartner-niedersachsen.de



TourismusMarketing Niedersachsen GmbH (TMN)
Telefon: 0511 2704880
info@tourismusniedersachsen.de
www.tourismuspartner-niedersachsen.de



Destinationen
im Porträt

Rundreise durch Niedersachsen

Niedersachsen hat viele Gesichter! Die Tourismusanalysten porträtieren in jeder Ausgabe eine andere Destination. In dieser Ausgabe stellt sich Bad Nenndorf vor.

Mit neuen Freizeit- und Erlebnisräumen setzt die Landesgartenschau 2026 langfristige Impulse für Tourismus und Stadtentwicklung.

Bad Nenndorf blüht auf: Landesgartenschau setzt neue Impulse

30 Kilometer von der Landeshauptstadt Hannover entfernt liegt am Fuße des Deisters das Staatsbad Nenndorf. Seit mehr als 200 Jahren ist der Kurort für seine natürlichen Heilmittel Moor, Sole und Schwefel bekannt. Gäste aus ganz Deutschland nutzen die Angebote, um Körper und Geist in Einklang zu bringen. Im Jahr 2022 wurde das Staatsbad als Mineral-, Moor- und Thermalheilbad dreifach prädikatisiert – eine in Niedersachsen einzigartige Auszeichnung. Prägend für das Ortsbild ist der Kurpark mit seinem über 200 Jahre alten Baumbestand und den historischen Bauwerken. Noch bis zum 18. Oktober 2026 ist er zentraler Bestandteil der 8. Niedersächsischen Landesgartenschau und bildet den Rahmen für zahlreiche neue Entwicklungen.

Landesgartenschau Bad Nenndorf

Auf rund 34 Hektar hat sich in den vergangenen zwei Jahren ein zusammenhängendes Ausstellungsgelände entwickelt, das den historischen Kurpark, neue Freiräume und zeitgemäße Erholungsangebote miteinander verbindet. Ziel war es, vorhandene Strukturen behutsam weiterzuentwickeln und gleichzeitig neue Qualitäten zu schaffen. Die Stärke Bad Nenndorfs liegt dabei in der Kombination aus Natur, Gesundheit und Aufenthaltsqualität – eine Verbindung, die den Standort seit jeher prägt und über das Jahr 2026 hinaus Bestand haben soll. Die Landesgartenschau dient dabei nicht nur als temporäres Ereignis, sondern als Ausgangspunkt für eine langfristige Weiterentwicklung der Kurstadt.

Nachhaltige Impulse für die Stadtentwicklung

Unter dem Leitgedanken „Und das bleibt!“ sind im Zuge der Landesgartenschau zahlreiche Bauwerke und Plätze entstanden, die dauerhaft erhalten bleiben. Sie tragen zur Aufwertung des Stadtbildes bei, schaffen neue Begegnungsorte und berücksichtigen zugleich

ökologische Aspekte. Damit entwickelt sich Bad Nenndorf langfristig zu einem attraktiven und umweltbewussten Lebens- und Erholungsraum. Gleichzeitig werden Impulse für den Tourismus gesetzt, die über die Dauer der Ausstellung hinaus wirken und die Positionierung der Stadt als Kur- und Erholungsorte stärken.

Liegehalle als neues Zentrum im Kurpark

Die sanierte Liegehalle bildet ein zentrales Element im Kurpark. Ein ehemals stark vernachlässigtes Gebäude wurde umfassend revitalisiert und neu in Szene gesetzt. Heute dient die Anlage als Treffpunkt für Gäste und Einheimische: mit Aufenthaltsflächen, Blick auf einen neu angelegten Teich mit Fontäne sowie Angeboten für Familien wie Liegewiese und Wasserspielbereich. Die Liegehalle verbindet historische Substanz mit zeitgemäßer Nutzung und steht beispielhaft für den Ansatz, Bestehendes weiterzuentwickeln und neu zu beleben.

Wiesenspark: Bewegung und Lernen im Grünen

Der neu gestaltete Wiesenspark ergänzt das Angebot um aktive und informative Nutzungen. Ein Sportareal mit Beachvolleyball- und Beachhandballfeld zieht insbesondere an Wochenenden zahlreiche Besucherinnen und Besucher an und stärkt die Attraktivität des Standorts für aktive Zielgruppen. Parallel dazu bietet während der Landesgartenschau ein separates Lernareal Raum für Naturerfahrung und Umweltbildung. Beide Bereiche sprechen unterschiedliche Zielgruppen an, ergänzen sich in ihrer Funktion und erweitern das Freizeitangebot der Stadt nachhaltig.

Waldtempel am Galenberg

Ein weiterer Schwerpunkt liegt auf der Aufwertung des Galenbergs, des höchsten Punktes des Kurparks. Das bislang wenig zugängliche Gelände rund um

einen bestehenden Wasserspeicher wurde durch den Bau des Waldtempels neu erschlossen. Die barrierefreie, umlaufende Steganlage ermöglicht einen Perspektivwechsel im Wald und schafft neue Naturerlebnisse in unmittelbarer Nähe zur Stadt. Ergänzende Angebote wie Aufenthaltsbereiche runden das Konzept ab und machen den Standort ganzjährig erlebbar.

WoMo-Park Bad Nenndorf

Mit der Eröffnung des neuen Wohnmobilmobilparks am 20. April 2026 erweitert Bad Nenndorf sein touristisches Angebot gezielt um ein zeitgemäßes Segment. Auf dem Areal stehen 32 großzügig angelegte Stellplätze zur Verfügung, ergänzt durch ein begrüntes Sanitärgebäude, digitale Check-in- und Check-out-Möglichkeiten sowie eine moderne Infrastruktur mit WLAN, Strom- und Versorgungsanschlüssen. Auch Aspekte der Barrierefreiheit wurden berücksichtigt. Der neue Stellplatz stärkt die touristische Infrastruktur der Stadt nachhaltig und spricht insbesondere mobile Reiseformen an, deren Bedeutung in den vergangenen Jahren deutlich zugenommen hat. Ergänzt wird das Angebot durch die bestehenden Freizeit- und Erholungsmöglichkeiten vor Ort und insbesondere in der Region. Damit trägt der WoMo-Park dazu bei, zusätzliche Gästegruppen zu erschließen und die Aufenthaltsqualität in Bad Nenndorf und Umgebung weiter zu erhöhen.

Die geschaffenen Strukturen – von Bestandssanierungen über Neubauten bis hin zur Verbesserung der Wegeführungen und Infrastruktur – verfolgten ein klares Ziel: Sie sollen den Menschen vor Ort zugutekommen. Annette Stang, Geschäftsführerin der Landesgartenschau Bad Nenndorf gGmbH und Leiterin Fachbereich Bauen und Umwelt der Samtgemeinde Nenndorf, resümiert: „Die Landesgartenschau ist auch ein Zeichen dafür, was Stadtentwicklung bewirken kann. Für einen kleinen Kurort wie Bad Nenndorf ist das, was hier in den vergangenen Jahren entstanden ist, ein großer Schritt.“ Der Weg dorthin sei anspruchsvoll gewesen, insbesondere mit Blick auf Zeitplan und Umsetzung. „Umso wichtiger ist es, dass wir nun sehen, wie nachhaltig Bad Nenndorf davon profitieren wird.“

Rahmendaten der Landesgartenschau 2026

- Zeitraum: 29. April bis 18. Oktober 2026 (173 Tage)
- Ort: Bad Nenndorf, Region Hannover/Schaumburg
- Ausstellungsgelände: rund 34 Hektar
- Neue Flächen: über 6 Hektar
- Erwartete Besuchszahl: rund 600.000
- Investitionsvolumen: 39 Millionen Euro
- Förderung: 26 Millionen Euro
- Eigenmittel der Stadt Bad Nenndorf: 13 Millionen Euro



Kontakt

Landesgartenschau
Bad Nenndorf gGmbH
Annette Stang
Geschäftsführerin
Telefon 05723 704109
info@laga-badnenndorf.de
www.laga-badnenndorf.de



Übern Tellerrand



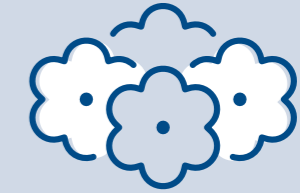
Der wohl längste Heimweg der Welt

Ein Mann aus Bad Nenndorf beschloss, einfach nach Hause zu laufen – von China aus. Über 4.600 Kilometer kam er, dann brach er ab. Doch die Geschichte ging weiter: Jahre später setzte er seinen Weg fort – und erreichte schließlich zu Fuß wieder seine Heimat. Sein Video „The Longest Way“ machte die Reise weltbekannt. Die wohl längste Heimkehr der Welt endet also in Bad Nenndorf – und zeigt: Manchmal lohnt sich selbst der weiteste Weg. Heute mehr denn je: Denn im Jahr 2026 findet hier die Landesgartenschau statt.



Satt war gestern Kulinarik in Zeiten der „Abnehmspritzen“

Was passiert mit der Gastronomie, wenn der Hunger schrumpft? Millionen Menschen greifen inzwischen zu Präparaten wie Ozempic – mit spürbaren Folgen: weniger Appetit, weniger Lust auf Fettiges, Süßes oder Alkohol. Für die Branche stellt das die Kalkulation auf den Kopf. Bleibt die Frage: Wird „weniger“ zum neuen Erfolgsrezept – bei vollem Preis?



Vom Flugplatz zum Blütenmeer

Wo heute Rosen, Themengärten und Spazierwege locken, starteten früher Flugzeuge: Der „Park der Gärten“ in Bad Zwischenahn entstand auf einem ehemaligen Militärflugplatz. Erst Landesgartenschau 2002, dann dauerhaftes Ausflugsziel – heute ist das Gelände mit über 40 Mustergärten Deutschlands größte Mustergartenanlage.



Die Rückkehr der Nacht

Reizreduktion als echter Mehrwert? Während wir unsere Städte immer heller erleuchten, wird eines der ältesten Naturgüter der Menschheit zur Mangelware: die echte, tiefschwarze Nacht. Dass Dunkelheit ein schützenswertes Gut ist, beweisen offizielle Sterneparks wie in der Rhön oder der Eifel. Auch vor unserer Haustür tut sich was: Das Online-Portal Paul Camper kam kürzlich zu dem Ergebnis, dass die Lüneburger Heide zu den drei besten Standorten in Deutschland zählt, um Polarlichter zu sehen. Auch die Insel Spiekeroog gehört zu den wenigen Gegenden Deutschlands, die noch einen eindrucksvollen Sternenhimmel bieten können, der kaum von künstlichen Lichtern verschleiert wird. Aus diesem Grund wurde Spiekeroog von der International Dark Sky Association (IDA) offiziell als Sterninsel anerkannt. Liegt der wahre Luxus auch im Tourismus heute vielleicht genau dort, wo wir den Mut zum „Weglassen“ haben?



Aktuelles aus
den IHK-Bezirken

IHKN Regional

Was tut sich in Ihrer Region?
Und wer ist Ihr Ansprechpartner rund um den Tourismus in Ihrer IHK?

Hier finden Sie Kurznachrichten und Kontaktdaten aus den sieben IHK-Bezirken der IHK Niedersachsen.



IHK Braunschweig

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



DIGITALISIERUNG

Braunschweiger Unternehmen setzt auf digitale Trends zur Visualisierung

Digitalisierung, Nachhaltigkeit und Fachkräftemangel stellen den Tourismus vor große Herausforderungen. Das Braunschweiger Unternehmen lutz rath ecolution zeigt, wie innovative Technologien diese Aufgaben praxisnah lösen können – mit holographischer Telepräsenz, 3D-Displays und einem interaktiven Videostudio, das professionelle Kommunikation neu definiert.

Ein Beispiel ist die sogenannte Holobox, die rund um die Uhr persönlichen Service ermöglicht – auch ohne Personal vor Ort. Personalmangel an Rezeptionen, geschlossene Serviceschalter oder unbesetzte Touristinformationen sind vielerorts Realität. Die Holobox von Holoconnects bietet hier eine effiziente Lösung: Als lebensgroße holographische Telepräsenz ermöglicht sie echte Interaktion – jederzeit und standortunabhängig. Ob Late-Night-Check-in im Hotel, virtueller Ansprechpartner in der Touristinfo oder digitales Serviceportal im Rathaus: Die Holobox verbindet Menschen zentral gesteuert über mehrere Standorte hinweg und schafft ein eindrucksvolles Gästelerlebnis, das weit über klassische Bildschirmkommunikation hinausgeht.

Auch dreidimensionale digitale Erlebnisse können klassische Prospekte ersetzen. Die 3D-Hologramm-Displays von HYPERVSN setzen Produkte, Orte und Ideen als schwebende, dreidimensionale Animationen in Szene – ohne VR-Brille, direkt im Raum. Marken wie Adidas nutzen diese Technologie bereits weltweit, so Unternehmensgründer Lutz Rath. Für den Tourismus entstehen dadurch neue Möglichkeiten: Messen, Besucherzentren oder Innenstädte können mit spektakulären 3D-Welten völlig neugestaltet werden.

In der digitalen Kommunikation entscheidet die Qualität der Darstellung. Das interaktive Jalinga-Videostudio

macht Präsentierende zu professionellen Moderatorinnen und Moderatoren: Karten, Bilder, Videos und Annotationen lassen sich live integrieren und bearbeiten. In einer zunehmend digitalen Welt ermöglicht dies lebendige Angebotspräsentationen – etwa mit interaktiven Routen, Street-View-Einbindungen oder Live-Markierungen. Schulungen, Weiterbildungen und regionale Kooperationen gewinnen so an Wirkung und Reichweite.

Für lutz rath ecolution ist Nachhaltigkeit gelebte Praxis: weniger Dienstreisen durch Telepräsenz, effizientere Prozesse dank KI-Interaktion und reduzierter Ressourcenverbrauch in Betrieb und Verwaltung. Drei Technologien, ein Ziel: den Tourismus in Niedersachsen digital, erlebnisstark und zukunftsfähig gestalten. Interessierte können die Technologien im Showroom im Braunschweiger Business-Center „Artmax“ live erleben.



STRATEGIE TRIFFT WIRTSCHAFTSKRAFT

Neues Tourismuskonzept für die Urlaubsregion Altes Land am Elbstrom

Die Urlaubsregion Altes Land am Elbstrom im Landkreis Stade richtet ihren Tourismus strategisch neu aus. Grundlage dafür ist ein umfassendes Tourismuskonzept, das die Stärken der Region bündelt und gezielt weiterentwickelt. Gleichzeitig unterstreichen aktuelle Zahlen die wirtschaftliche Bedeutung der Branche: Laut einer Analyse des Deutschen Wirtschaftswissenschaftlichen Instituts für Fremdenverkehr (dwif) erzielte der Tourismus im Jahr 2024 einen Bruttoumsatz von rund 310 Millionen Euro.

Mit über einer Million Übernachtungsgästen und rund acht Millionen Tagesgästen zeigt sich die hohe Attraktivität der Region. Besonders der Tagestourismus spielt mit 211,5 Millionen Euro Umsatz eine zentrale Rolle, während 99,1 Millionen Euro auf den Übernachtungstourismus entfallen. Die Studie macht deutlich: Tourismus ist ein bedeutender Wirtschaftsfaktor, der Einkommen sichert, Arbeitsplätze schafft und zahlreiche Branchen – vom Gastgewerbe bis zum Einzelhandel – stärkt.

Vor diesem Hintergrund setzt das neue Tourismuskonzept gezielt an. Im Mittelpunkt stehen die prägenden Stärken der Region: das Alte Land als größtes zusammenhängendes Obstanbaugebiet Nordeuropas, die historischen Hansestädte Stade und Buxtehude sowie die vielfältigen Natur- und Kulturlandschaften entlang von Elbe, Marsch, Moor und Geest. Gleichzeitig werden auch bislang weniger im Fokus stehende Erlebnisräume wie Kehdingen oder die Stader Geest stärker integriert.

Ziel ist es, das touristische Profil der gesamten Urlaubsregion weiter zu schärfen und neue Zielgruppen anzusprechen – von Aktivurlaubern bis hin zu kulturinteressierten Gästen. Eine zentrale Rolle spielt dabei die Dachmarke „Altes Land am Elbstrom“, die als ver-

bindendes Element die Zusammenarbeit aller touristischen Akteure stärkt.

Das Konzept definiert vier zentrale Handlungsfelder: Organisation und Kooperation, Kommunikation und Gästeservice, Infrastruktur sowie Produkte und Angebote. Insgesamt wurden 17 Maßnahmenbündel entwickelt. Dazu zählen unter anderem der Ausbau digitaler Sichtbarkeit, die Weiterentwicklung touristischer Angebote, die Stärkung nachhaltiger Mobilität sowie Qualitätsverbesserungen – etwa im Radwegenetz. Auch neue maritime Erlebnisse und Angebote zur Saisonverlängerung sollen zusätzliche Impulse setzen.

Die Ergebnisse der dwif-Studie bestätigen die strategische Ausrichtung: Insbesondere im Tagestourismus bestehen weiterhin Entwicklungspotenziale, etwa durch kombinierbare Angebote, regionale Erlebnisse und attraktive Kurzreiseformate.

Die Umsetzung des Tourismuskonzepts erfolgt schrittweise und in enger Abstimmung mit Kommunen und Partnern. Erste prioritäre Maßnahmen sollen bereits 2026 starten. Der Tourismusverband übernimmt dabei eine koordinierende Rolle und versteht sich als Impulsgeber für die gesamte Region.

Damit wird deutlich: Die Urlaubsregion Altes Land am Elbstrom verfügt nicht nur über eine starke touristische Basis, sondern auch über eine klare strategische Perspektive für die Zukunft.



IHK Elbe-Weser

Ihre Ansprechpartnerin

Anna-Christina Riebau
Telefon: 04721 7216 255
anna.riebau@elbeweser.ihk.de
www.ihk.de/elbeweser



IHK Hannover

Ihr Ansprechpartner

Hans-Hermann Buhr
Telefon: 0511 3107-377
hans-hermann.buhr@hannover.ihk.de
www.ihk-hannover.de



TOURISMUS IN ZAHLEN

Mittelweser-Region: Wohnmobiltourismus auf hohem Niveau

Die boomenden Zahlen des Wohnmobiltourismus in Deutschland spiegeln sich auch in der Mittelweser-Region wider. Hier gibt es ein Netz von rund 30 Plätzen mit entsprechender Infrastruktur. Das Angebot ergänzt kleinere Transitplätze und Campingplätze. Die der Mittelweser-Touristik GmbH (MWT) von den Kommunen übermittelten Belegungszahlen der einzelnen kommunalen Wohnmobilstellplätze sehen wie folgt aus: In der Kreisstadt Nienburg/Weser wurde im vergangenen Jahr mit dem Besuch von 7539 Wohnmobilen (2024: 6309) ein Allzeithoch erreicht. Höhere Werte als im Vorjahr wurden auch auf den Wohnmobilstellplätzen in Landesbergen am Weserufer mit 2.025 (2024: 1.376), in Hoya auf dem Stellplatz „Weserblick“ mit 1499 (2024: 1377) Wohnmobilen, in Petershagen 2516 (2024: 2456) und in Bruchhausen-Vilsen an der Museums-Eisenbahn 2580 (2024: 2413) gezählt.

Von den 32.308 Wohnmobilen, die insgesamt in der Mittelweser-Region gezählt wurden, entfielen 24.116 auf die 30 Wohnmobilstellplätze, weitere 8.192 Wohnmobile auf die Campingplätze und auf private Wohnmobilstellplätze. Laut MWT liegen jedoch nicht alle Zahlen der Campingplätze, der privaten Wohn-

mobilstellplätze und der kommunalen, kostenfreien Wohnmobilstellplätze vor. Untersuchungen des Deutschen Wirtschaftswissenschaftlichen Instituts für Fremdenverkehr (dwif, München) belegen, dass Wohnmobile statistisch gesehen mit 2,4 Personen belegt sind und 50,50 Euro pro Person/Tag inklusive Stellplatzgebühren im Ort bzw. der Region lassen. Demnach flossen laut MWT allein bei den oben genannten Plätzen im vergangenen Jahr rund 3,92 Millionen Euro (2024: 3,28) in die Region.

www.mittelweser-tourismus.de



Region Göttingen: Tourismus- und Naherholungskonzept 2027–2035

Aktuell wird im Süden Niedersachsens das Tourismus- und Naherholungskonzept für den Landkreis und die Stadt Göttingen 2027-2035 weiterentwickelt. Ziel ist es, den Tourismus und die Naherholung in der Region zukunftsfähig aufzustellen und zusätzliche Wertschöpfung zu erschließen. Dabei fließen neue Themen wie Nachhaltigkeit, Digitalisierung, Mobilität und Gesundheit ebenso ein wie Erkenntnisse aus Work-

shops und weiteren Austauschformaten, etwa zur freizeittouristischen Infrastruktur, Marketing, Finanzierungs- und Organisationsstrukturen. So sollen Stärken, Potenziale und Handlungsbedarfe erkannt und in ein gemeinsames Zukunftskonzept überführt werden. Moderiert wird der Prozess durch die Beratungsagentur Kohl & Partner Bayern GmbH.

TOURISMUS IM FOKUS

Regionale IHKLW-Tourismuskonferenz in Winsen (Luhe)

Am 18. Februar 2026 wurde im FREIRAUM in Winsen (Luhe) erneut deutlich, welche Kraft im Tourismus steckt. Auf der Regionalen Tourismuskonferenz der IHK Lüneburg-Wolfsburg kamen Vertreterinnen und Vertreter aus Politik, Wirtschaft und Praxis zusammen, um über die Zukunft der Branche zu diskutieren. Die Botschaft des Tages war klar: Tourismus ist weit mehr als Freizeitgestaltung – er ist Leitökonomie und zentraler Wirtschaftsfaktor, der tief in zahlreiche andere Branchen hineinwirkt.

Im Mittelpunkt stand die neu verabschiedete Nationale Tourismusstrategie (NTS), die am 28. Januar 2026 vom Bundeskabinett beschlossen wurde und damit politisch breit getragen ist. Vorgestellt wurde sie von Dr. Christoph Ploß, Koordinator der Bundesregierung für Maritimes und Tourismus. Seine Ausführungen machten deutlich, dass die Strategie nicht nur ein programmatisches Papier ist, sondern konkrete Hebel für mehr Wettbewerbsfähigkeit bietet.

Besonders aufmerksam verfolgten die Teilnehmenden die angekündigten Maßnahmen, denn Flexibilisierung der Arbeitszeitregelungen, Ausbau der Infrastruktur, Abbau bürokratischer Hürden, steuerliche Entlastungen und eine gezielte Fachkräfteoffensive sind für viele Betriebe in der Region von hoher Bedeutung. Wie dringend praxisnahe Lösungen gebraucht werden, unterstrichen die Wortbeiträge aus der Branche. Dr. Cornell Babendererde, Bundestagsabgeordnete des Wahlkreises Harburg, in dem die Veranstaltung stattfand, und Mitglied im Tourismusausschuss, nahm zahlreiche Impulse mit nach Berlin – ein wichtiger Brückenschlag zwischen regionaler Wirtschaft und Bundespolitik.

Auch Ellen Kartenbeck, Geschäftsführerin der Flusslandschaft Elbe GmbH, sowie Christine Buchholz, Leiterin des Flair Hotel zur Eiche in Buchholz in der

Nordheide, schilderten eindrücklich die Lage vor Ort. Ihre Beiträge machten deutlich, wie stark Betriebe auf verlässliche Rahmenbedingungen, moderne Infrastruktur und innovative Personalstrategien angewiesen sind.

Die Konferenz in Winsen (Luhe) zeigte eindrucksvoll: Wenn Wettbewerbsfähigkeit, Nachhaltigkeit und Innovation zusammengedacht werden, kann der Tourismus seine Rolle als Wachstumsmotor weiter ausbauen – in Niedersachsen ebenso wie bundesweit. Die Nationale Tourismusstrategie liefert dafür den politischen Rahmen. Nun liegt es an Politik und Branche, die angekündigten Maßnahmen zügig und partnerschaftlich umzusetzen.

Zur Nationalen Tourismusstrategie:
www.bundeswirtschaftsministerium.de



V.l.n.r.: Ellen Kartenbeck (Flusslandschaft Elbe GmbH), Dr. Cornell Babendererde (CDU), Christoph Ploß (Koordinator der Bundesregierung für Maritimes und Tourismus), Michael Zeinert (HGF IHKLW), Christine Buchholz (Flair Hotel Zur Eiche Buchholz in der Nordheide), Tobias Siewert (IHKLW-Teamleiter Standort- und Politikberatung)



IHK Lüneburg-Wolfsburg

Ihr Ansprechpartner
Paul Pozzi
Telefon: 04131 742-167
paul.pozzi@ihklw.de
www.ihk.de/ihklw



ACHT MILLIONEN EURO VOM LAND

Großer Investitionsschub für das Wangerland-Resort

Das Land Niedersachsen setzt ein deutliches Zeichen für die wirtschaftliche Entwicklung an der Nordseeküste: Mit einem Zuschuss von bis zu 8,025 Millionen Euro fördert das Wirtschaftsministerium die umfassende Erweiterung und Modernisierung des Wangerland-Resorts. Wirtschaftsminister Grant Hendrik Tonne übergab den Förderbescheid aus Mitteln der Gemeinschaftsaufgabe „Verbesserung der regionalen Wirtschaftsstruktur“ (GRW) Anfang Februar persönlich an die Betreiber. Das Gesamtinvestitionsvolumen beläuft sich auf 28,5 Millionen Euro. Das Bauvorhaben umfasst eine signifikante Kapazitätserweiterung der Zimmer sowie den Ausbau von Restaurant-, Veranstaltungs- und Wellnessbereichen, inklusive eines beheizten Außen-

pool. Ein besonderer Fokus liegt auf der Zukunftsfähigkeit: Das Resort investiert massiv in nachhaltige Energietechnik wie Photovoltaik und Wärmepumpen sowie in digitale Lösungen wie KI-gestützte Prozesse. Durch die Maßnahmen, die bis Mai 2027 abgeschlossen sein sollen, entstehen 26 neue Dauerarbeitsplätze, davon acht für Auszubildende. Die Neuausrichtung soll den Tourismusstandort nach der zwischenzeitlichen Nutzung als Notunterkunft stärken und den Umsatz im Vergleich zu 2022 mehr als verdoppeln. Die Förderung unterstützt dabei gezielt den Strukturwandel und die Klimaneutralität in der Region.

Kontakt:
www.wangerland-resort.de

Wangerooge: Gästebeiträge per Online-Selfservice

Mit Beginn der Osterferien 2026 hat Wangerooge die Gästebeitragsabwicklung auf ein neues digitales System umgestellt. Das bisherige ServiceCenter der Kurverwaltung wird geschlossen und durch einen Online-Selfservice ersetzt, bei dem Gäste ihr Fährticket scannen und die Abgabe mobil bezahlen können. Während die Kurverwaltung nun verstärkt auf mobilen Service an Knotenpunkten wie dem Bahnhof oder Strand setzt, bleibt die Tourist Information des Verkehrsvereins in der Zedeliusstraße die zentrale stationäre Anlaufstelle für persönliche Beratung und die Bearbeitung von Sonderkarten. Ziel der Umstellung ist eine flexiblere Betreuung und die Vermeidung von Warteschlangen direkt zum Saisonstart.

Kontakt:
www.wangerooge.de



Oldenburgische IHK

Ihre Ansprechpartnerin
Dorothee Schaeper
Telefon: 0441 2220-316
dorothee.schaeper@oldenburg.ihk.de
www.ihk-oldenburg.de



Oldenburg: Finanzierungssprechtage mit Handwerkskammer und NBank

Sowohl zur Gründung als auch für die Erweiterung, Festigung und Nachfolge eines Unternehmens gibt es diverse öffentliche Finanzierungshilfen. Wie wähle ich die passenden Förderbausteine aus? Wie sind die Vergabebedingungen und Konditionen? Die IHK-Beratung gibt hier wertvolle Hilfestellung.

Hier geht's zur Anmeldung:
Gemeinsamer Finanzierungssprechtage mit der NBank
veranstaltung.ihk-oldenburg.de

Oldenburg
17. Juni 2026
10:00–16:00 Uhr

TOURISMUSSTRATEGIE FÜR NIEDERSACHSEN

IHK-Fachausschuss Tourismus diskutiert mit Wirtschaftsministerium

Von den 1930er bis in die 1980er Jahre war Nordhorn in der Grafschaft Bentheim, direkt an der Grenze zu den Niederlanden, einer der größten Textilstandorte Deutschlands. Nach dem Niedergang der Branche stand die Stadt mit ihren heute 59.000 Einwohnern vor einem Strukturwandel. Der gelang auch deshalb, weil Wirtschaft, Politik und Verwaltung eng zusammenarbeiten.

Im Jahr 2026 halten das Stadt- und ein Textilmuseum die Historie lebendig. Und ein imposanter Spinnereihochbau – die größte erhaltene Produktionsstätte des ehemaligen Textilkonzerns NINO – beherbergt heute Wirtschaftsunternehmen, Gastronomie und Tagungsräume. Genau dort tagte jetzt der Tourismusausschuss der IHK Osnabrück – Emsland – Grafschaft Bentheim. Das Kernthema: Die Tourismusstrategie für Niedersachsen.

Besonders intensiv diskutierten die IHK-Mitgliedsunternehmer die Tourismusförderung und -finanzierung. „Die geplante Tourismusstrategie muss für die Betriebe mehr unternehmerische Freiheiten schaffen und Kontroll- und Dokumentationspflichten in unserer Branche reduzieren“, forderte Wolfgang Hackmann, Ausschussvorsitzender und Geschäftsführer der Hackmann Hotels GmbH & Co. KG aus Meppen. Neue Belastungen wie die Beherbergungs- oder eine Verpackungssteuer bremsen die Unternehmen aus: „Es findet eine aufwändige fiskalische Umverteilung statt, wenn einerseits Tourismus gefördert, andererseits neue Einnahmen geschaffen werden. Unternehmen mehr Spielraum zu lassen, führt dagegen zu mehr Investitionen und positiver Standortentwicklung im Tourismus.“

Wie es Nordhorn gelingt, sich wirtschaftlich und touristisch erfolgreich aufzustellen, stellte Karsten Müller von der Wirtschaftsförderung vor. Kernelement in der Stadtentwicklung ist seit vielen Jahren das Thema Wasser.

Zentrales Projekt ist aktuell die „Innenstadt am Wasser“: Auf dem ehemaligen Areal des zentralen Busbahnhofs war im Januar 2026 Baubeginn für einen neuen Stadthafen. Dieser soll in den nächsten zwei Jahren die Innenstadt besser mit den vorhandenen Wasserflächen verbunden werden und ein lebendiger Treffpunkt für Bürger und Gäste entstehen. Promenaden, Gastronomie und attraktive Aufenthaltsbereiche sollen den Handel und Tourismus stärken.

Ergänzt wird die Planung durch den „Tierparkhafen“, der den bekannten Tierpark Nordhorn mit der Innenstadt verbindet.

www.nordhorn.de/stadthafen
www.tierpark-nordhorn.de



**IHK Osnabrück-
Emsland-
Grafschaft
Bentheim**

Ihre Ansprechpartnerin
Katja Sierp
Telefon: 0541 353-235
sierp@osnabrueck.ihk.de
www.ihk.de/osnabrueck



**IHK für
Ostfriesland
und Papenburg**

Ihre Ansprechpartnerin
Sandra Pfeiffer-Fecht
Telefon: 04921 890 13 46
sandra.pfeiffer-fecht@emden.ihk.de
www.ihk.de/emden



TOURISMUSAUSSCHUSSSITZUNG

Tourismusstrategie und Bürokratie prägen die Diskussion

In der Tourismusausschusssitzung vom 18. März 2026 standen aktuelle bundes- und landespolitische Entwicklungen sowie regionale Marktdaten im Fokus. Vertreterinnen und Vertreter aus Tourismus, Hotellerie und Gastgewerbe diskutierten zentrale Herausforderungen und Perspektiven der Branche.

Ein weiterer zentraler Punkt war der aktuelle Stand der Tourismusstrategie Niedersachsen. Themen wie Nachhaltigkeit, Digitalisierung, Fachkräftegewinnung sowie die Weiterentwicklung und Finanzierung der Destinationsstrukturen standen im Mittelpunkt. Diskutiert wurden vor allem heterogene Zuständigkeiten und fehlende Transparenz in bestehenden Strukturen.

Auch die Nationale Tourismusstrategie wurde bewertet. Positiv aufgenommen wurde die Fokussierung auf Bürokratieabbau, Infrastruktur, Digitalisierung und Fachkräfte. Kritisch angemerkt wurde jedoch das Fehlen konkreter Maßnah-

men, Zeitpläne und finanzieller Zusagen. Besonders der Bürokratieabbau wurde als dringendes Handlungsfeld hervorgehoben.

Ein weiterer Schwerpunkt waren Übernachtungszahlen und Datengrundlagen. Deutlich wurde, dass unterschiedliche Erhebungsmethoden zu stark abweichenden Ergebnissen führen. Da viele kleine Betriebe mit weniger als zehn Betten nicht in der amtlichen Statistik erfasst werden, entsteht ein verzerrtes Bild der tatsächlichen Nachfrage. Zudem wurde betont, dass die wirtschaftliche Lage der Betriebe stark von Kostenentwicklungen und gesamtwirtschaftlichen Rahmenbedingungen abhängt.

Insgesamt zeigte die Sitzung, wie wichtig verlässliche Rahmenbedingungen, transparente Finanzierungsstrukturen und praxisnahe Strategien für die zukünftige Entwicklung des Tourismus auf Landes- und Bundesebene sind.

nordseeklug – Praxiswissen für das Gastgewerbe

Im Rahmen der Webinarreihe „nordseeklug – Praxiswissen für das Gastgewerbe“, 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 werden, können Betriebe aus Hotel und Gastronomie praxisnah digitale Tools kennenlernen, die den Alltag erleichtern.

Am 29. September 2026 von 10:00 bis 12:00 Uhr zeigt ein weiteres Webinar, wie Sie mit „Canva“ ansprechende Porträts für Website und Social Media, Zimmerpräsentationen und Speisekarten

erstellen, Inhalte professionell bearbeiten und ein einheitliches visuelles Branding für Ihr Haus entwickeln – alles ohne Design-Vorkenntnisse.

Die Webinare sind kompakt, praxisnah und kostenfrei und geben Ihnen sofort umsetzbare Ideen, um Ihren Betrieb digital und visuell zu stärken. Anmeldung und weitere Informationen finden Sie unter

www.ihk.de/emden



**Die Tourismusnachrichten
wünschen Ihnen einen
erfolgreichen Sommer.**

Impressum

Leserservice

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

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:

Wiebke Eilts
Stellv. Abteilungsleitung Tourismus,
Handel und Dienstleistungen der IHK
für Ostfriesland und Papenburg

Redaktion:

Sandra Pfeiffer-Fecht
Sprecherin Tourismus der IHKN
Referentin Tourismus, Handel
und Dienstleistungen
E-Mail: sandra.pfeiffer-fecht@emden.ihk.de
Telefon: 04921 890 13 46
www.ihk-n.de/tourismusnachrichten

Mitglieder der IHK Niedersachsen sind:

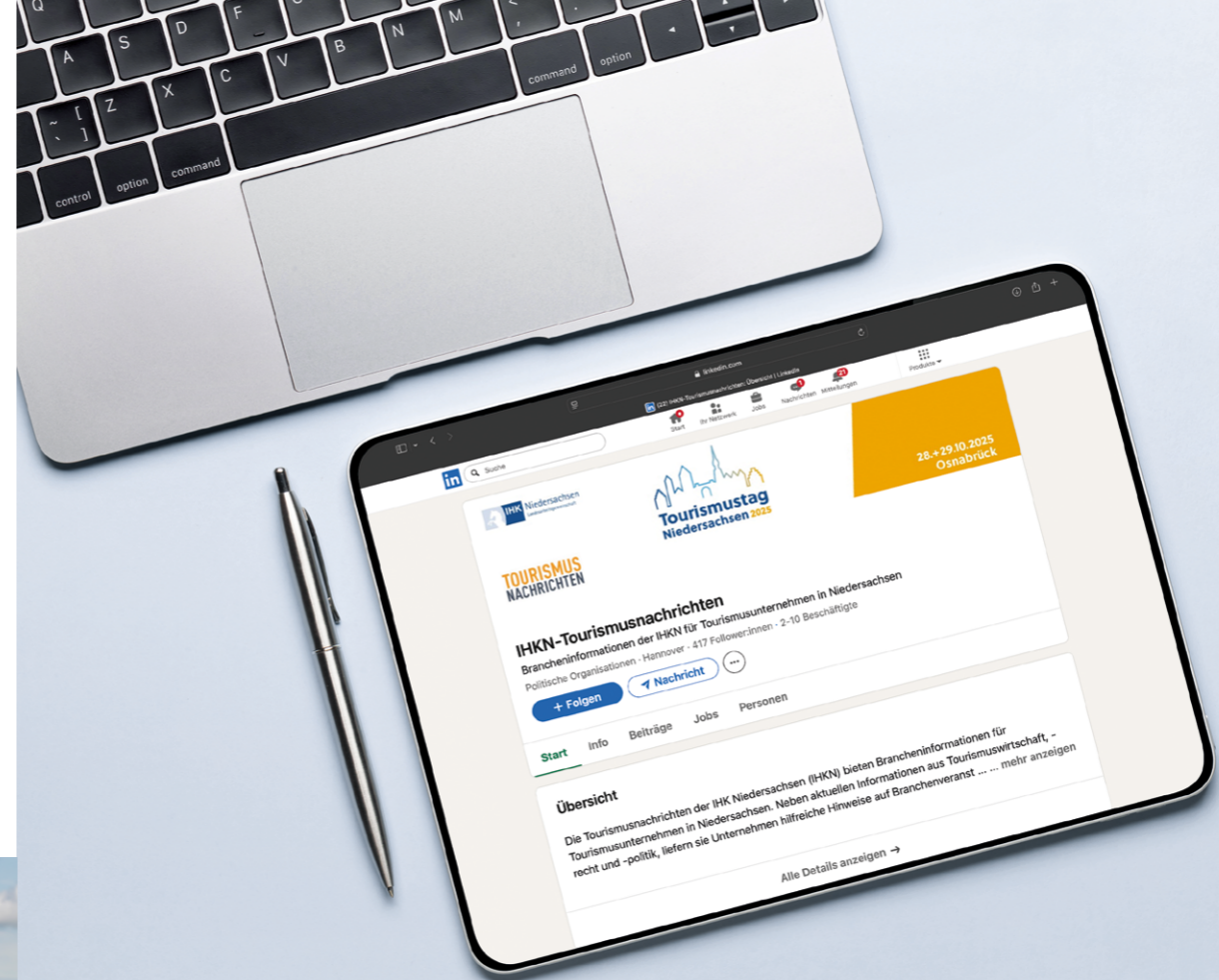
IHK Braunschweig
IHK Elbe-Weser
IHK Hannover
IHK Lüneburg-Wolfsburg
Oldenburgische IHK
IHK Osnabrück-Emsland-Grafschaft Bentheim
IHK für Ostfriesland und Papenburg

Erscheinungstermin:

Juni 2026

Bildnachweise:

Titel: © Lennart Schmidt, Seite 2: oben © Kurverwaltung Wangerooge, unten © Lennart Schmidt, Seite 3: © Christian Platz, Seite 4: © TourismusMarketing Niedersachsen GmbH, Markus Tiemann, Seite 7: © dwif, Seite 8: oben © TourismusMarketing Niedersachsen GmbH, unten © HMT Hameln Marketing und Tourismus GmbH, HMT Hameln Marketing und Tourismus GmbH, Francesco Carovillano, Seite 10: © dotshock – shutterstock.com, Seite 13: © Thaspol Sangsee – shutterstock.com, Seite 14: © Lennart Schmidt, Seite 16: oben © Marie-Christin Pratsch, unten © Lennart Schmidt, Seite 17: © Eray blackpencil, Artco – shutterstock.com, © Anne Ries, Seite 18: © TourismusMarketing Niedersachsen GmbH, Florian Trykowski, Seite 19: Porträt © oh, rechts © luth rath education, Seite 20: Porträt © IHK Elbe-Weser, Seite 21: Porträt © Andrea Seifert Photography www.andreaseifert.de, IHK Hannover, rechts © Mittelwieser-Touristik GmbH, Seite 22: Porträt © Andreas Tamme, tonwert21.de, IHK Lüneburg-Wolfsburg, Bild unten © Paul Pozzi, IHK Lüneburg-Wolfsburg, Seite 23: Porträt © Sven Seeborgen, Foto- und Bilderwerk, Seite 24: Porträt © Moritz Muench, unten © Architekturbüro Jan Lindschulte, Seite 25: Porträt © Akka Olthoff Akka Fotografie, Seite 26: oben © Baumwipfelpfad Harz, Markus Hennemann, unten © floriantrykowski.de, Florian Trykowski, Seite 27: © evgeenius – shutterstock.com, Montage © Anne Ries/grafik@anneries.de



**Aktuelle Brancheninformationen
für Tourismusunternehmen in
Niedersachsen finden Sie auf
unserer LinkedIn-Seite
„IHKN-Tourismusnachrichten“.**

**Folgen Sie uns und bleiben Sie
stets auf dem Laufenden über
Aktuelles aus Tourismuswirt-
schaft, -recht und -politik.**



IHK Niedersachsen (IHKN)

Bischofsholer Damm 91
30173 Hannover
Telefon: 0511 920 901 10
E-Mail: info@ihk-n.de

IHKN-Mitglieder

IHK Braunschweig

Brabantstraße 11
38100 Braunschweig
Telefon: 0531 4715-0
E-Mail: info@braunschweig.ihk.de

IHK Elbe-Weser

Am Schäferstieg 2
21680 Stade
Telefon: 04141 524-0
E-Mail: info@elbeweser.ihk.de

IHK Hannover

Bischofsholer Damm 91
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@ihklw.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