

TOURISMUS NACHRICHTEN

IHKN-TOURISMUSNACHRICHTEN

SOMMER 2020

Camping und Glamping

**NORBERT KLOODT
IM INTERVIEW**

Eckpunkte und Aktionsplan

**DIE NATIONALE
TOURISMUSSTRATEGIE**

Zahlen und Fakten

**UND DANN
KAM CORONA**

FAHRRAD UND ERHOLUNG

Das Hasetal stellt
sich vor



IHK Niedersachsen
Landesarbeitsgemeinschaft

Inhalt

Sommer
2020

AKTUELL

AB SEITE 4

- 5 SPARKASSEN-
TOURISMUSBAROMETER**
Ferienwohnungsmarkt
der Zukunft

NACHGEFRAGT

AB SEITE 6

- 6 CAMPING**
Trends und Herausforderungen



- 8 DIE NATIONALE
TOURISMUSSTRATEGIE**
Dialogprozess

- 9 ÜBERN TELLERRAND**
Digitale Lösungen

ZAHLEN & FAKTEN

AB SEITE 10

- 10 SAISONUMFRAGE**
Auswirkungen der
Covid 19-Pandemie

Q-NEWS

AB SEITE 14

- 14 FLUSSLANDSCHAFT ELBE**
Qualitätsprojekt
- 15 WIE SERVICE GLÜCKT**
Ausbildung zum
Qualitäts-Experten

NEUES VON DER TMN

AB SEITE 16

- 16 EXZELLENZINITIATIVE**
Nachhaltige Reiseziele
- 17 KAMPAGNE**
Endlich wieder Lebenslust

RUNDREISE

AB SEITE 18

- 18 DAS „RADFAHRRADIES HASETAL“**
Radurlaub „auf Rezept“



IHR GUTES RECHT

SEITE 21

- 21 MELDESCHIN**
- 21 BETRIEBSSCHLIESSUNGS-
VERSICHERUNG**
- 21 WIRT SCHEITERT MIT KLAG**

IHK REGIONAL

AB SEITE 22

- 23 BRAUNSCHWEIG**
- 24 HANNOVER**
- 25 LÜNEBURG-WOLFSBURG**
- 26 OLDENBURG**
- 27 OSNABRÜCK-EMS-LAND-
GRAFSCHAFT BENTHEIM**
- 28 OSTFRIESLAND UND PAPENBURG**
- 29 STADE FÜR DEN ELBE-WESER-RAUM**

AUSBLICK

SEITE 30

- 30 IMPRESSUM**



Höher, schneller, weiter – dann kam Corona



Kerstin Kontny
Redaktion IHKN-Tourismusanzeigen,
Referentin Verkehr und Tourismus
der IHK für Ostfriesland und Papenburg

In den letzten Jahren hieß es immer höher, schneller, weiter. Dann kam Corona und hat die Branche mit einem ordentlichen Rummus auf den Boden zurückgeholt. Nicht alle Unternehmen konnten eine saubere Notlandung vollführen, für viele war es eher eine Bruchlandung und hieß Schadensbegrenzung. Mittlerweile sind viele Unternehmer aber nach aktuellen Umfragen wieder so etwas wie „vorsichtig optimistisch“ – eine Rückkehr zur Normalität erwartet der Großteil aber für dieses Jahr nicht mehr.

Dennoch sind einige Betriebe bisher besser davon gekommen als andere. Viele waren und sind noch immer auf finanzielle Hilfen angewiesen. Denn die Geschäftsmodelle und Wirtschaftspläne sehen nicht vor, dass die Betriebe einfach mal wochenlang stillgelegt werden und keinerlei Einnahmen erwirtschaften können. Es geht aber auch anders, das zeigt eine Reihe von Unternehmen, die in der Krise umgedacht haben. Von Restaurants, die Lieferdienste angeboten haben über Hotels, die ihre Zimmer auch tagsüber für das Arbeiten im Homeoffice vermietet haben. Doch das war für viele nur ein Tropfen auf den heißen Stein.

Auch Betriebe, die bisher dachten, die Gäste kommen sowieso, müssen nun umdenken. Ebenso die Regionen, die sich über volle Strände und Städte gefreut haben. Die neuen Werte sind Hygiene, Abstand und Sicherheit.

Das bietet auch Chancen für ländliche Regionen. In diesem Jahr steht nicht nur Urlaub im eigenen Land im Fokus, sondern auch Urlaub fernab von Menschenmassen und touristischen Hotspots. Urlaub auf dem Land, Ferienwohnungen und vor allem Camping profitieren.

Helfen können auch digitale Lösungen, die bisher vor allem unter dem Stichwort Overtourismus getestet wurden. Durch Ticketsysteme oder die Anzeige von aktuellen Gästezahlen in Echtzeit können Besucher dahin gelenkt werden, wo noch Kapazitäten frei sind. Ein anderes Feld ist die datenschutzkonforme Speicherung von Gästedaten und möglichen Begegnungen in Restaurant oder bei Veranstaltungen. Nur so kann eine möglichst lange Saison sicher und verantwortungsvoll umgesetzt werden. Denn einen zweiten Lockdown kann sich niemand leisten.

*Ihre
Kerstin Kontny*

Redaktion
IHKN Tourismusanzeigen

www.ihk-n.de/tourismusanzeigen

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



SPARKASSEN-TOURISMUSBAROMETER NIEDERSACHSEN

„Ferienwohnungsmarkt der Zukunft“

Neben einem Überblick über den Status quo der Tourismus-Branche in Niedersachsen nimmt das diesjährige Tourismusbarometer auch erste Einschätzungen zu den kurzfristigen Auswirkungen der Corona-Krise auf den Niedersachsen-Tourismus vor.

Ein wichtiges Segment im niedersächsischen Tourismus ist der Ferienwohnungsmarkt. Er hat sich in den letzten Jahren positiv entwickelt und durch seine individuelle und autarke Ausrichtung sogar gute Chancen, als Gewinner aus der Krise hervorzugehen. Aus diesem Grund legt das aktuelle Tourismusbarometer ein besonderes Augenmerk auf den Ferienwohnungsmarkt der Zukunft und geht auf die Wünsche der Gäste sowie die Anforderungen an die Anbieter in Niedersachsen ein.

Ein Video fasst die Erkenntnisse des Sparkassen-Tourismusbarometers 2020 zusammen und lässt neben dem Präsidenten des Sparkassenverbandes Niedersachsen Thomas Mang und dem Staatssekretär im Niedersächsischen Ministerium für Wirtschaft, Arbeit, Verkehr und Digitalisierung Dr. Berend Lindner auch Branchenexperten zu Wort kommen.

Das Video und der neue Jahresbericht 2020 stehen ab sofort als kostenlose Online-Versionen unter www.svn.de/sparkassen/tourismusbarometer.html zum Download bereit.

DEUTSCHER TOURISMUSPREIS

Seit über 15 Jahren steht der Deutsche Tourismuspreis für Innovationskraft und Kreativität im Deutschlandtourismus – Qualitäten, die gerade zu Corona-Zeiten besonders gefragt sind. Deswegen hat der Deutsche Tourismusverband (DTV) sich dazu entschieden, den Preis für dieses außergewöhnliche Jahr in veränderter Form zu vergeben. Gesucht werden daher konkret Lösungen zur Sicherung des eigenen Betriebs, zur Unterstützung anderer oder zur Neujustierung des eigenen Geschäftsmodells. Um der besonderen Belastung der Branche Rechnung zu tragen, wird die Teilnahme am Deutschen Tourismuspreis in diesem Jahr einmalig kostenfrei erfolgen. Die Anmeldung ist von 1. Juli bis 31. August 2020 unter www.deutschertourismuspreis.de möglich. Eine Expertenjury wählt im Anschluss die besten Einrichtungen, die im Zuge des Deutschen Tourismustages 2020 am 5. November 2020 in Mainz präsentiert werden.

RADFAHREN: AUSGEZEICHNET IN NIEDERSACHSEN

Der Allgemeinen Deutsche Fahrrad-Club e.V. (ADFC) zeichnet wiederholt zwei niedersächsische Radprojekte aus. So erhält der Weser-Radweg erneut vier von fünf möglichen Sternen und hält somit seine bisherige Klassifizierung als ADFC-Qualitätsradroute, genauso wie die HeideRegion Uelzen, die als ADFC-Rad-ReiseRegion rezertifiziert wird.

Zu den beliebtesten Radregionen in Deutschland zählen laut ADFC-Radreiseanalyse das Emsland an Platz zwei, das Weserbergland an Platz vier sowie die Nordseeküste an Platz sieben und die Region Elbe/Elbtal an Platz acht. Niedersachsen wurde mit 15,78 Prozent insgesamt hinter Bayern zum zweitbeliebtesten Bundesland für Radreisen gewählt.

#ABSEITSRADELN

Damit Radreisen auch in Corona-Zeiten Entspannung pur bleibt, hat der ADFC ein Dossier mit hilfreichen Tipps für Radreisen, Radausflüge und geführte Radtouren zusammengestellt. Die eindeutige Empfehlung des ADFC lautet: #Abseitsradeln.

Mehr Infos unter www.adfc.de/dossier/dossier-abseitsradeln



NACHGEFRAGT



Camping

TRENDS UND HERAUSFORDERUNGEN

Präsident: Norbert Kloodt
Bundesverband der Camping-
wirtschaft in Deutschland
Landesverband Niedersachsen e.V.
(BVCD-Niedersachsen)

Stover Strand 10, 21423 Drage
Telefon +49 4177430
E-Mail: info@campingland-niedersachsen.de

Camping liegt im Trend, die Übernachtungszahlen in Niedersachsen steigen seit Jahren. Für 2020 wurden neue Rekorde erwartet – dann kam Corona. Tourismuskonzepte sprach mit Norbert Kloodt, Präsident des BVCD-Landesverbandes Niedersachsen e.V. über Gäste, Hygienekonzepte und Zukunftsaussichten. Norbert Kloodt (56) ist Diplom Verwaltungswirt und betreibt zusammen mit seiner Familie einen Campingplatz an der Elbe vor Hamburg in zweiter bzw. dritter Generation.

Tourismuskonzepte: Die Campingplätze in Niedersachsen dürfen mittlerweile wieder öffnen. Was hat sich durch Corona geändert?

Kloodt: Die Niedersächsischen Campingplätze haben seit dem 5. Mai 2020 die Dauercampingplätze und seit dem 11. Mai auch 50 Prozent der Touristenstellplätze wieder geöffnet. In weiteren Stufen wurden 60 Prozent, 80 Prozent und seit dem 22. Juni insgesamt 100 Prozent der Touristenstellplätze geöffnet.

Die Campingplätze in Niedersachsen setzen konsequent die Hygienekonzepte, die zusammen mit dem Bundesverband der Campingwirtschaft in Deutschland e.V. entwickelt wurden, um. An diese Regeln zum Gesundheitsschutz halten sich die Campinggäste. Auch wenn die Sanitäranlagen auf Niedersächsischen Campingplätzen geöffnet sind, bleiben viele Campinggäste noch autark und nutzen ihre eigenen Sanitäranlagen in ihren Wohnmobilen und Wohnwagen. Zudem werden die Restaurants auf

den Campingplätzen von den Gästen noch nicht in dem Umfang, wie vor der Krise, genutzt.

Insgesamt sind die Campinggäste jedoch sehr dankbar, in der Natur auf Campingplätzen in Niedersachsen Urlaub machen zu können. Sie bleiben derzeit noch gerne im eigenen Land, halten sich viel draußen auf und achten auf ihre Gesundheit.

Tourismuskonzepte: Erwarten Sie für die nächsten Monate weiterhin große Umsatzeinbrüche?

Kloodt: Ich gehe davon aus, dass die Zeit der großen Umsatzeinbrüche, als insbesondere die Touristenstellplätze ganz oder teilweise geschlossen waren, beendet ist. Die Nachfrage ist derzeit sowohl nach Touristen- als auch nach Dauercampingplätzen gut.

Umsatzeinbrüche wird es aber weiterhin bei den zusätzlichen Angeboten, wie z. B. beim Restaurant, bei der Animation oder den Veranstaltungen geben, um nur 3 Beispiele zu nennen.

Tourismuskonzepte: Was hat sich in den letzten Jahren verändert?

Kloodt: Ich hoffe, dass wir ab dem 22. Juni 2020 wieder an die Übernachtungszahlen der letzten Jahre anknüpfen und sie noch etwas steigern können, auch wenn wir aufs ganze Jahr betrachtet sicherlich die Verluste aus dem April und Mai 2020 nicht vollständig aufholen können. Die Übernachtungszahlen sind in den letzten fünf Jahren auf über 5 Millionen gestiegen. Die niedersächsischen Campingplätze haben sich damit hinter den bayrischen Campingplätzen auf Platz 2 vorgearbeitet.

Camping ist zu einer attraktiven Urlaubsform für die gesamte Gesellschaft geworden. Die Gäste wünschen sich einen erlebnisorientierten Urlaub in einer intakten Natur. Es gibt nicht mehr nur den klassischen Campinggast, sondern es gibt den Gast, der heute eine Fernreise oder einen Hotelurlaub und morgen einen Campingurlaub bucht. Der Wunsch dieses Jahr einen regionalen Natururlaub zu machen, hat sich in der Coronazeit noch verstärkt.

Tourismusanfragen: Was bedeutet das für die Campingplatzbetreiber?

Kloodt: Für uns Campingplatzbetreiber bedeutet das, dass wir unseren Gästen einen möglichst infektionssicheren, naturnahen und erlebnisreichen Urlaub anbieten, der mit jeder anderen Urlaubsform konkurrieren kann. Die niedersächsischen Campingplätze haben in den letzten Jahren viel investiert. Es wurden neue Übernachtungsmöglichkeiten mit z. B. themenorientierten Ferienhäusern geschaffen, die Infrastruktur für Wohnmobilplätze und Campingplätze optimiert sowie neue Wellnessanlagen, Spiel-parks und Privatsanitäranlagen errichtet, um nur einige Beispiele zu nennen. Zudem gibt es auf einigen Campingplätzen mit „Glamping“ die Verbindung mit Glamour und Camping, so dass die Gäste das Gefühl von Freiheit und Natur mit hochwertigem Komfort verbinden können. Die Campingplätze haben sich mit Komfort und einer digitalen Infrastruktur auf die neuen Herausforderungen eingestellt. Sie sind auf den Sozial Media Kanälen unterwegs und online buchbar. Sie überzeugen mit vielen familienfreundlichen und klimaschützenden Urlaubsangeboten.

Tourismusanfragen: Wo wünschen Sie sich mehr Unterstützung von der Politik?

Kloodt: Hier gibt es drei Punkte:

Einhaltung von Standards: Wichtig ist, dass sich unsere Gäste und die Bevölkerung auf Standards zur Qualität, zur Infrastruktur und Betreuung verlassen können. Es wäre sicherlich gerade in der Coronazeit nicht zielführend, wenn ein Wildwuchs im Campingbereich entstehen würde und auf einzelnen Parkplätzen im Außenbereich oder in der Ortslage einfach ein Wohnmobilstellplatzschild aufgestellt wird.

Die Natur muss erlebbar bleiben: Wir können einen klimaschützenden Urlaub in der Region nur anbieten, wenn die Gäste sich auch in der regionalen Natur erholen und ihren Sport und ihre Freizeit entsprechend den Trends gestalten können. Wenn z. B. ein Gast aus Naturschutzgründen in der Nähe des Campingplatzes nicht mehr baden oder Boot fahren darf, wird er um diese Aktivitäten ausüben zu können, möglicherweise die nächste Reise als Flugreise ins Ausland machen. Zudem wird heute erwartet, dass die touristischen Attraktionen einer Region, über den öffentlichen Personennahverkehr, bedarfsgerecht miteinander vernetzt werden.

Weiterentwicklung der Digitalisierung, des Klima- und Gesundheitsschutzes: Wir stehen im engen Austausch mit dem Niedersächsischen Ministerium für Wirtschaft, Arbeit, Verkehr und Digitalisierung und haben 2019 mit Hilfe des Breitband-Kompetenz-Zentrums Niedersachsen eine Umfrage zur Digitalisierung auf niedersächsischen Campingplätzen gemacht. Ziel war es die Breitbandversorgung auf den Niedersächsischen Campingplätzen zu optimieren. In diesem Jahr wollen wir mit dem Ministerium ein Projekt „Klimafreundliches Campen in Niedersachsen“ starten. In diesem Projekt werden wir auch Fragen zum Gesundheitsschutz klären.



DIE NATIONALE TOURISMUSSTRATEGIE

Der Tourismus ist in Deutschland ein wichtiger Wirtschaftsfaktor. Die Bundesregierung hat im Koalitionsvertrag 2018 erstmals festgeschrieben, eine nationale Tourismusstrategie zu erarbeiten. Am 30. April 2019 wurde dazu ein Eckpunktepapier vorgelegt, in dem die strategischen Ziele und Handlungsfelder definiert sind. Die darin genannten übergeordneten politischen Ziele sind:

- die inländische Wertschöpfung zu erhöhen,
- die Lebensqualität der in Deutschland lebenden Menschen nachhaltig zu heben und
- zu internationaler Stabilität beizutragen.

Um aus diesem programmatischen Rahmen einen Aktionsplan mit konkreten Maßnahmen zu erarbeiten, hat die Bundesregierung einen Dialogprozess gestartet. Die Organisation hat ein Projektkonsortium aus Dr. Fried & Partner GmbH, PROJECT M GmbH und Serviceplan Berlin GmbH & Co. KG übernommen. Ziel ist sowohl die Einbindung der einzelnen Bundesressorts in ihren jeweiligen Zuständigkeitsbereichen als auch weiterer wichtiger Akteure in Wirtschaft und Politik, auch und gerade auf Landesebene. So sind die Bundesländer aufgefordert, sich dieser Initiative anzuschließen und eigene Aktionspläne zu entwickeln, die dazu beitragen, die Ziele der nationalen Tourismusstrategie voranzutreiben.

Die Beteiligung am Dialogprozess ist einerseits über die Einreichung von Stellungnahmen möglich. Davon haben verschiedene Verbände und Organisationen bereits Gebrauch gemacht. Gleichzeitig fanden von Januar bis Mai insgesamt sechs so genannte Zukunftsdialoge statt, die sich thematisch an den sechs im Eckpunktepapier definierten strategischen Zielen orientierten. Sie sollten dazu dienen, konkrete Maßnahmen zu erarbeiten und die Sichtweise und Expertise verschiedener Akteure in den Prozess einfließen zu lassen. In den Zukunftsdialogen wurde auch der Versuch unternommen, Lehren aus der aktuellen Lage der Tourismuswirtschaft in die strategischen Ziele einfließen zu lassen.

Ergänzt werden die Zukunftsdialoge durch Abstimmungsprozesse innerhalb der Bundesregierung sowie zwischen den Bundesländern und dem Bund. Bis Herbst 2020 wird nun ein Aktionsplan mit konkreten Maßnahmen erarbeitet, welcher der Bundesregierung vorgelegt wird.

Weitere Informationen zum Thema finden Sie hier:

<https://www.bmwi.de/Redaktion/DE/Dossier/tourismusstrategie.html>

Noch bis zum
31. Juli können
Sie Ihre Impulse
einbringen:
nts@bmwi.bund.de





ÜBERN TELLERRAND

Nicht immer muss man das Rad neu erfinden und oft lohnt es sich, zu schauen, was die anderen so machen. Wir wagen deshalb an dieser Stelle einen Blick über den Tellerrand!

DIHK-DATENBANK FÜR ONLINE-LÖSUNGEN

Der DIHK hat in den vergangenen Wochen Ideen und Perspektiven für den Handel, Tourismus, Gastronomie und Dienstleistungssektor im Umgang mit der Corona-Krise gesammelt. Im Fokus stand dabei der Einsatz digitaler Lösungen als Instrument zur Kundenrückgewinnung – etwa Buchungssysteme oder Besucherampeln mit Echtzeitmessung. Unter apps.ihk.de/dihk-solution-provider finden Unternehmen aus Handel, Tourismus oder Dienstleistungssektor eine **Übersicht über digitale Lösungsangebote** und direkte Ansprechpartner. Außerdem hat der DIHK einen **Orientierungsrahmen** erstellt, der die Unternehmen bei der Eigenüberprüfung unterstützt und aufzeigt, welche Kriterien bei der Auswahl einer geeigneten Anwendung beachtet werden sollten.

DIGITALE GÄSTE- UND KUNDENREGISTRIERUNG

Der DEHOGA Bayern hat gemeinsam mit der Anstalt für kommunale Datenverarbeitung in Bayern AKDB mit darfichrein.de eine digitale Gäste- und Kundenregistrierung entwickelt, damit bei Infektionsfällen Kontaktpersonen schnell ermittelt werden können. Gastronomen können auf einer Internetseite ein Konto erstellen und damit einen QR-Code generieren. Gäste können diesen mit ihrem Smartphone scannen und dann ihre Kontaktdaten angeben. Die Daten werden verschlüsselt und sicher im Rechenzentrum der AKDB gespeichert. Entsprechend den gesetzlichen Vorgaben werden die Kontaktdaten nach vier Wochen automatisch gelöscht.

LÜBECKER BUCHT

In der Lübecker Bucht soll künftig ein **Strandticker** Informationen zur Auslastung an den Ostseestränden von Scharbeutz bis Rettin liefern. Die ursprünglich geplante Strand-App wird nicht kommen. Unter www.strandticker.de finden Strandbesucher seit Anfang Juli Informationen zur aktuellen Auslastung an den Ostseestränden. Mit einem einfach verständlichen **Ampelsystem** wird farblich dargestellt, in welchen Orten ein Strandzugang uneingeschränkt, nur noch eingeschränkt oder gar nicht mehr möglich sei. Die Informationsquelle hierfür sind unter anderem lokale Strandkorbvermieter, die mehrmals am Tag an die Touristiker meldeten, wie sich die Kapazitätsauslastung an ihren Strandabschnitten darstelle.

Die **Ostfriesischen Inseln** entwickeln gerade eine **App** zur Besucherlenkung, die **auch nach Corona** für Gäste und Gastgeber zur Verfügung stehen soll.

LABELS IN ÖSTERREICH UND DER SCHWEIZ

Um das Vertrauen ins Ferien- und Reiseland Schweiz zurückzugewinnen, hat **Schweiz Tourismus** nicht nur eine internationale Kampagne mit der Botschaft „**Ich brauch Schweiz**“ ins Leben gerufen. Auch wurde das landesweite Label „**Clean & Safe**“ lanciert. Für Unterkünfte, Gastronomie, Wellness & Spa, Business Events, öffentlicher Verkehr, Schifffahrt, Bergbahnen und weitere touristische Leistungsträger wurden spezifische Schutzmaßnahmen entwickelt.

Auch in **Österreich** war man nicht untätig: Die Wirtschaftskammer Wien und **WienTourismus** unterstützen ihre Beherbergungsbetriebe jetzt mit dem speziell für Wien entwickelten Sicherheitssiegel „**Safe Stay**“. Und mit der Teilnahme an der weltweit ersten globalen Sicherheitsmarke „**Safe Travels**“ für den gesamten Tourismussektor kann Wiens gesamte Visitor Economy zeigen, dass sie für höchste Standards steht. Die Marke „**Safe Travels**“ versteht sich als die weltweit **erste globale Sicherheits- und Hygienemarke** für die Reisebranche, die speziell zur Bekämpfung von Covid-19 entwickelt wurde. Sie wurde vom World Travel & Tourism Council, der Organisation zur Förderung nachhaltigen Tourismuswachstums mit Hauptsitz in London unter Mitwirkung von Regierungen, Gesundheitsexperten, Verbänden sowie mit Unterstützung der UNWTO ins Leben gerufen.

HINTERLAND.CAMP ZÄHMT DAS WILDCAMPEN

Mit **hinterland.camp** soll das Übernachten in der Natur ganz legal werden, denn man kann den Platz direkt beim jeweiligen Eigentümer buchen. Das deutschlandweite Angebot ist vielfältig und reicht von einsamen Plätzen am See bis zu verwilderten Gärten. Die Plattform funktioniert ähnlich wie Airbnb und bringt **Angebot und Nachfrage** zusammen. Ziel ist nach Aussage der Macher: Den Sommer 2020 zu retten.



„Es gilt nun vor allem, den Betrieben zu helfen, die noch immer akut von der Krise betroffen sind. Viele leiden noch immer unter den Einschränkungen, fehlender Nachfrage und geringeren Auslastungszahlen. Die erste Runde der Finanzhilfen war hilfreich, aber nicht ausreichend. Die Gelder sind längst aufgebraucht“, so bewertete IHKN-Tourismussprecher Arno Ulrichs die Situation.

AUSWIRKUNGEN DER COVID 19-PANDEMIE AUF DIE TOURISMUSBRANCHE

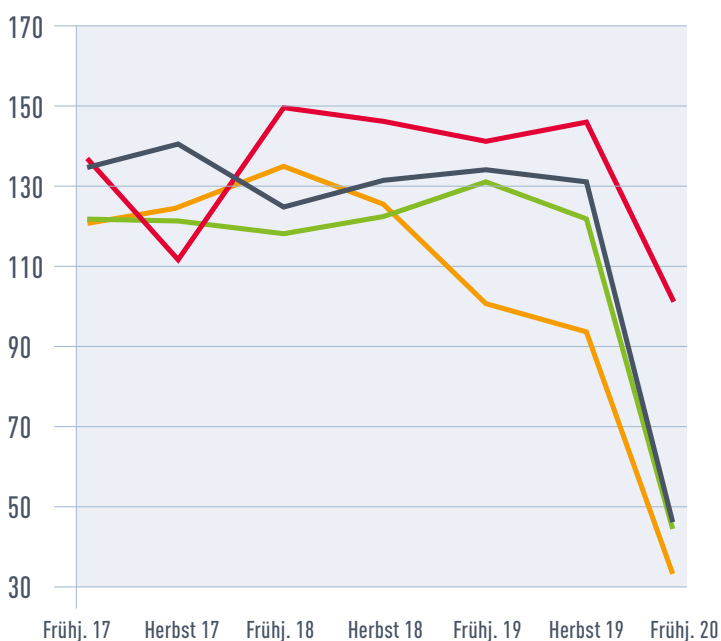
TOURISMUSBRANCHE: UMSATZEINBRÜCHE ZWINGEN ZUM PERSONALABBAU

Die COVID 19-Pandemie hat das Gastgewerbe und die Reisebranche schwer getroffen. Sie gehören zu den Branchen, die von Beginn an und noch immer mit Einschränkungen zu kämpfen haben. Zwar hat Niedersachsen erste Schritte aus dem Lockdown eingeleitet, doch bis zur Normalität ist es noch ein langer Weg. Das geht aus der aktuellen Saisonumfrage hervor, die die IHK Niedersachsen (IHKN) zweimal im Jahr durchführt.

AKTUELLE LAGE

Nach einer Wintersaison, die mit der vorherigen vergleichbar ist, startete die Branche nicht wie gewohnt in die Saison, sondern in eine Zeit, die von Unsicherheiten, Reisebeschränkungen und behördlich angeordneten Schließungen geprägt war. Der Klimaindex im Gastgewerbe brach um mehr als die Hälfte ein von zuletzt 127 Punkten auf 48,6 Punkte. Im Reisegewerbe sank er sogar um zwei Drittel von zuletzt 97,7 auf 32,9 Punkte. 88,2 Prozent der Betriebe im Gastgewerbe gaben an, dass sich die Geschäftslage in der anstehenden Saison voraussichtlich verschlechtern wird.

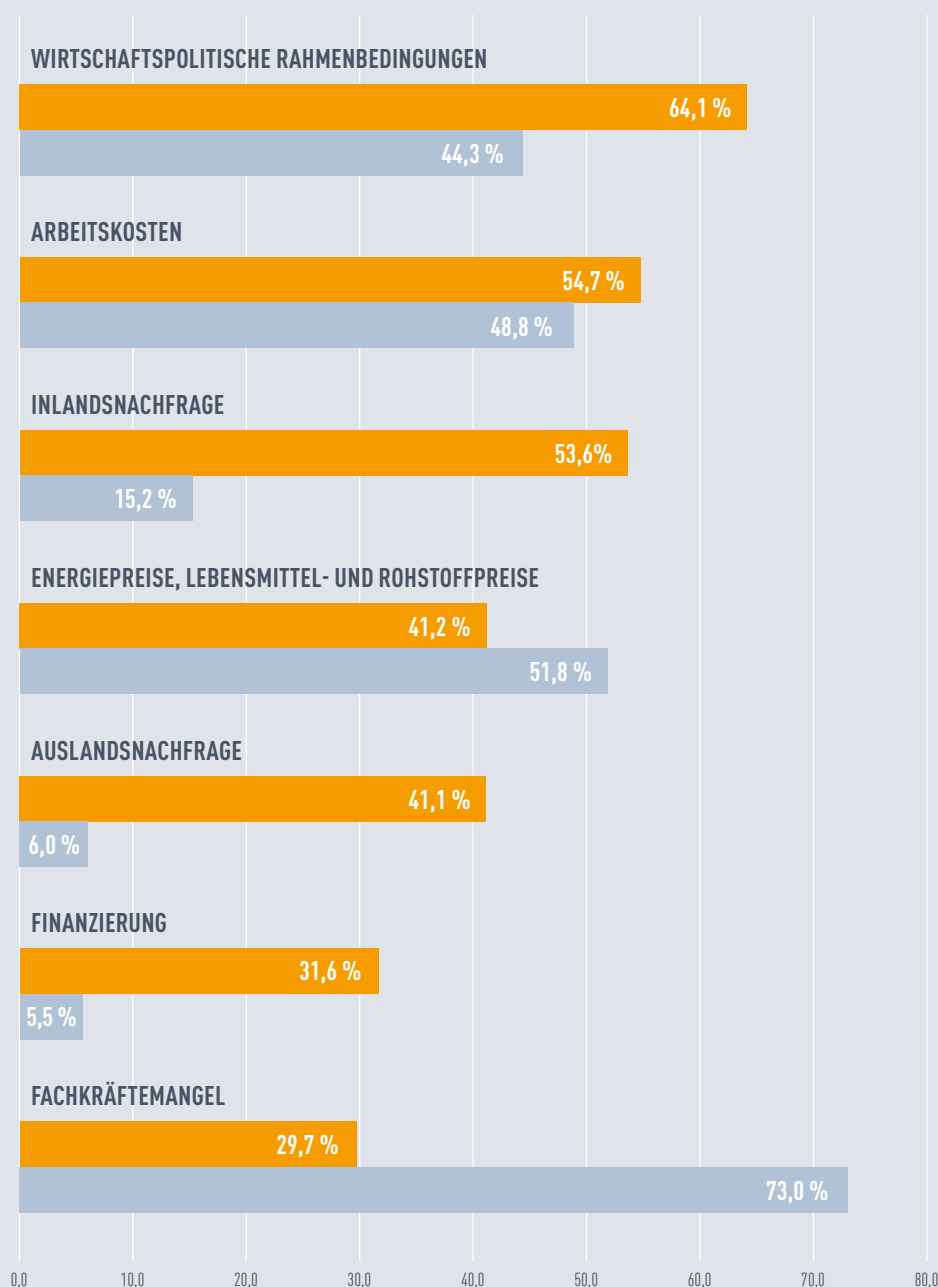
DER IHKN-KONJUNKTURKLIMAINDEX



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

— Beherbergung — Camping
— Gastronomie — Reisebüros u. -veranstalter

GRÖSSTE RISIKEN IM VERGLEICH ZUR LETZTEN UMFRAGE IM GASTGEWERBE



2020
2019

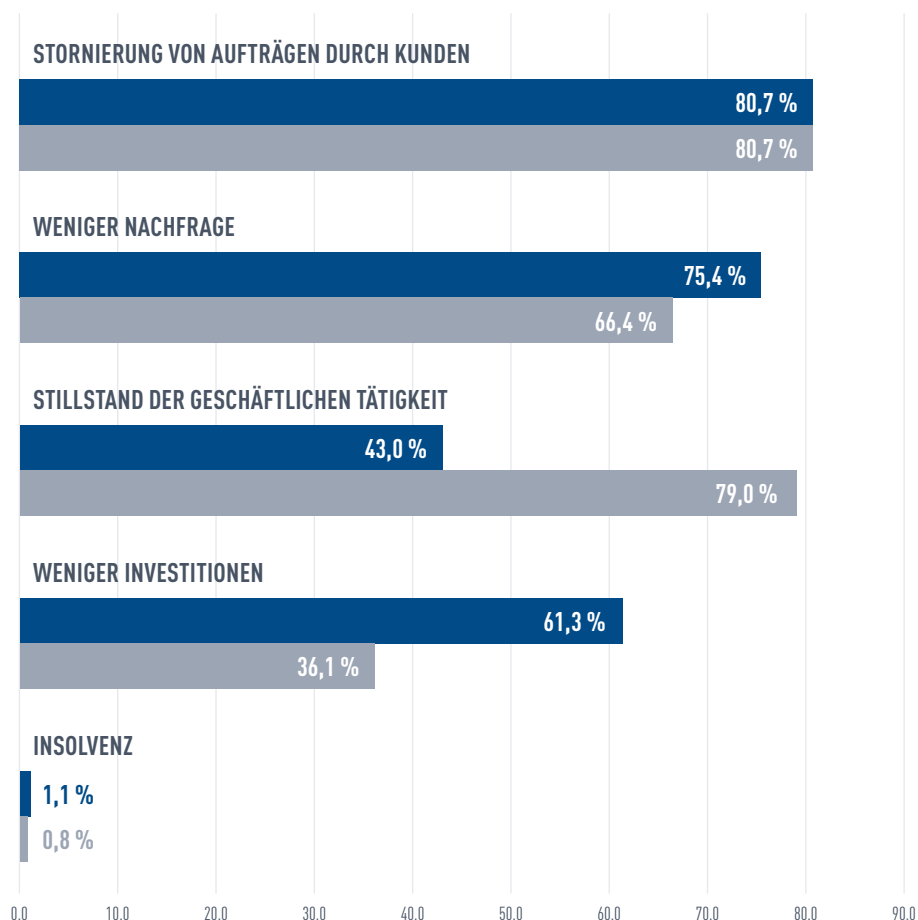
Die größten Risiken sahen die Unternehmen im Gastgewerbe in wirtschaftspolitischen Rahmenbedingungen (64,1 %). Genauer nachgefragt zeigt sich, dass hier vor allem die Corona-Einschränkungen, die Angst vor einem erneuten Shutdown, Planungsunsicherheit und Liquiditätsengpässe gemeint waren. Auf Platz zwei folgen die Arbeitskosten (54,7 %). Im Vergleich zu vorherigen Umfragen haben aber die Inlands- und Auslandsnachfrage (53,6 % bzw. 41,1 %) ebenso wie die Finanzierung (31,6 %) stark an Bedeutung gewonnen. Der Fachkräftemangel dagegen rutschte von Platz eins auf Platz sieben der größten Risiken mit nur noch 29,7 Prozent.

RECHTLICHE RAHMENBEDINGUNGEN IM BEFRAGUNGSZEITRAUM

Im Befragungszeitraum vom 8. Juni 2020 bis 19. bzw. 24. Juni 2020 (online) waren die ersten Stufen des niedersächsischen Stufenplans, der die Wirtschaft und Gesellschaft aus dem Shutdown herausführen sollte, bereits umgesetzt. Für Campingplätze, Hotels und andere Beherbergungseinrichtungen galt eine maximale Belegung von 80 Prozent. Für Ferienwohnungen wurde die Wiederbelegungsfrist aufgehoben. Es galt nur noch die Einschränkung, dass Personen aus nicht mehr als zwei Haushalten zulässig waren. Auch Bars und Kneipen durften wieder öffnen. Für Restaurationsbetriebe galten allerdings Abstands- und Hygieneregeln, die die Auslastung einschränkten. So musste zwischen den Tischen ein Abstand von zwei Metern gewährleistet sein und durften nur Personen aus zwei Haushalten an einem Tisch platznehmen. Auch Busreisen sowie touristische Schifffahrten und Stadtführungen und ähnliches waren in begrenzter Form erlaubt.

„Im Befragungszeitraum befanden wir uns bereits auf dem Weg der Lockerungen. Dennoch galten in allen Bereichen Hygiene- und Abstandsregelungen, die die Auslastung einschränken. Dies führt dazu, dass die meisten Betriebe derzeit nicht kostendeckend arbeiten können“, so Tourismus-Sprecher Arno Ulrichs.

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

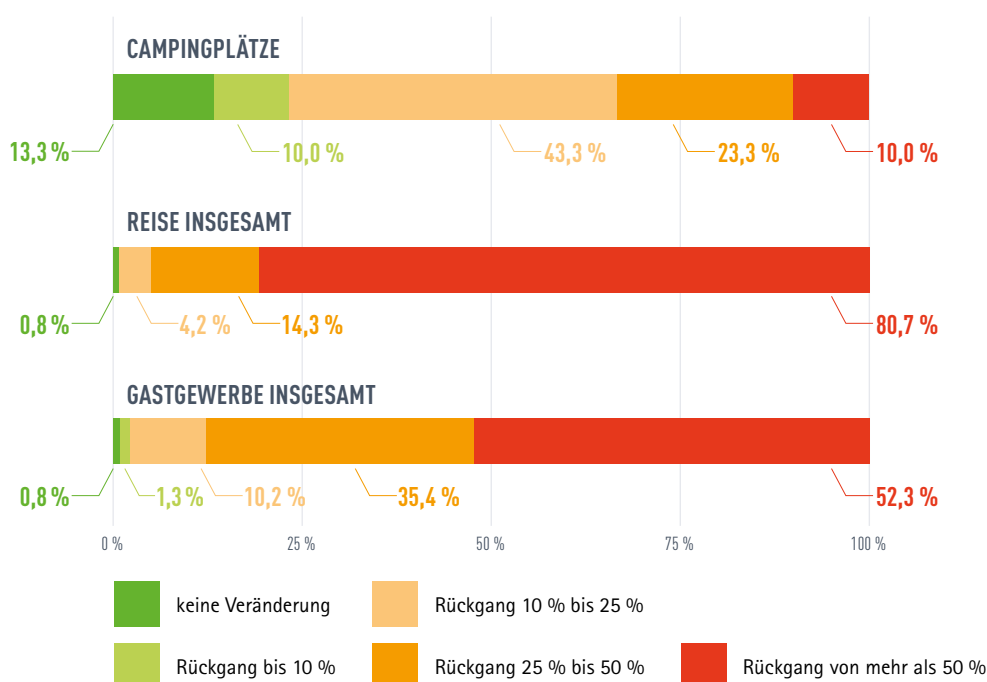


GASTGEWERBE INSGESAMT
REISEGEWERBE INSGESAMT

Die Auswirkungen der Pandemie auf die Betriebe sind immens. Vier von fünf Unternehmen berichten von Stornierungen, ein Großteil auch von aktuell noch anhaltenden Nachfragerückgängen. 43 Prozent der Befragten im Gastgewerbe gaben an, dass ihre Geschäftstätigkeit derzeit noch still steht. Bei den Reisebüros und -veranstaltern gilt dies sogar für 80 Prozent.

Ein Großteil der Unternehmen kann demnach derzeit nicht normal arbeiten. Die Gäste sind zum Teil noch sehr zurückhaltend, was Stornierungen und auch die geringe Nachfrage zeigen. In der Gastronomie fehlen vielen Betrieben die Einnahmen aus dem Saalbetrieb. Aufgrund der Einschränkungen entscheiden sich einige Betriebe gegen eine Öffnung, da nicht kostendeckend gearbeitet werden kann.

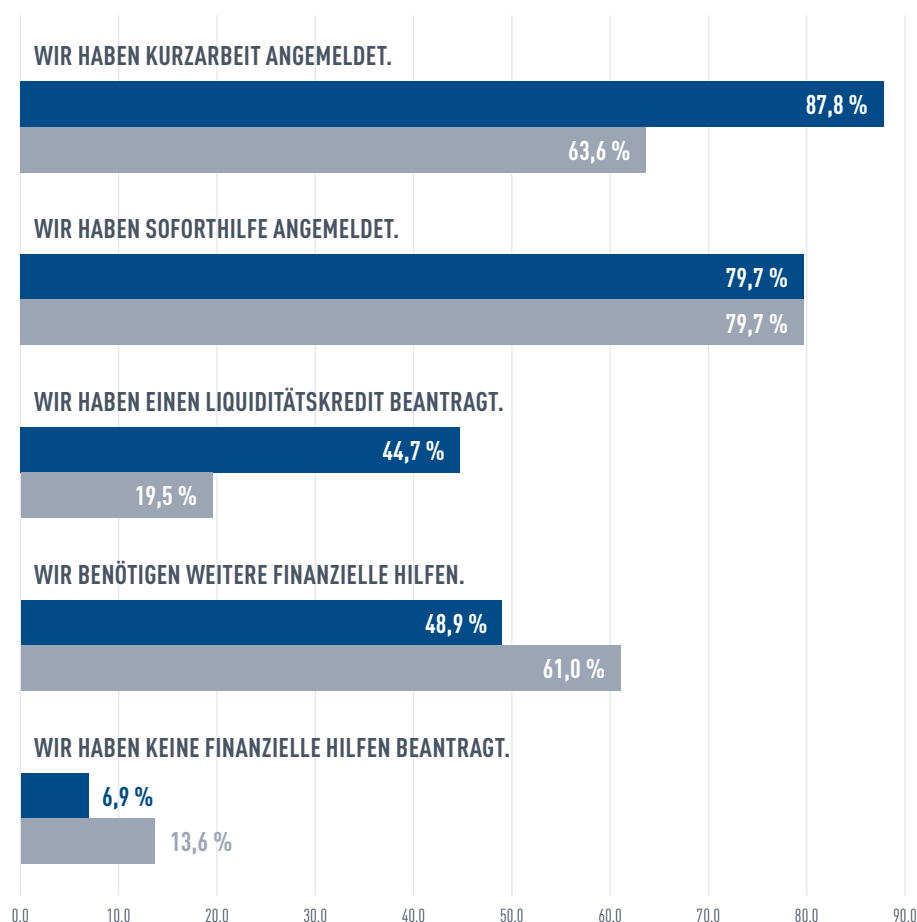
UMSATZENTWICKLUNG 2020 IM VERGLEICH ZUM VORJAHR



2020 erwartet im Gastgewerbe jeder zweite Betrieb einen Umsatzrückgang um mehr als die Hälfte verglichen mit dem Vorjahr – und das, obwohl knapp ein Drittel der Betriebe (31,4 %) angibt, in der Phase des Shutdowns Alternativen angeboten zu haben, um Einnahmen zu generieren. Bei den Reiseunternehmen erwarten sogar 80 Prozent einen Umsatzrückgang von mehr als 50 Prozent.

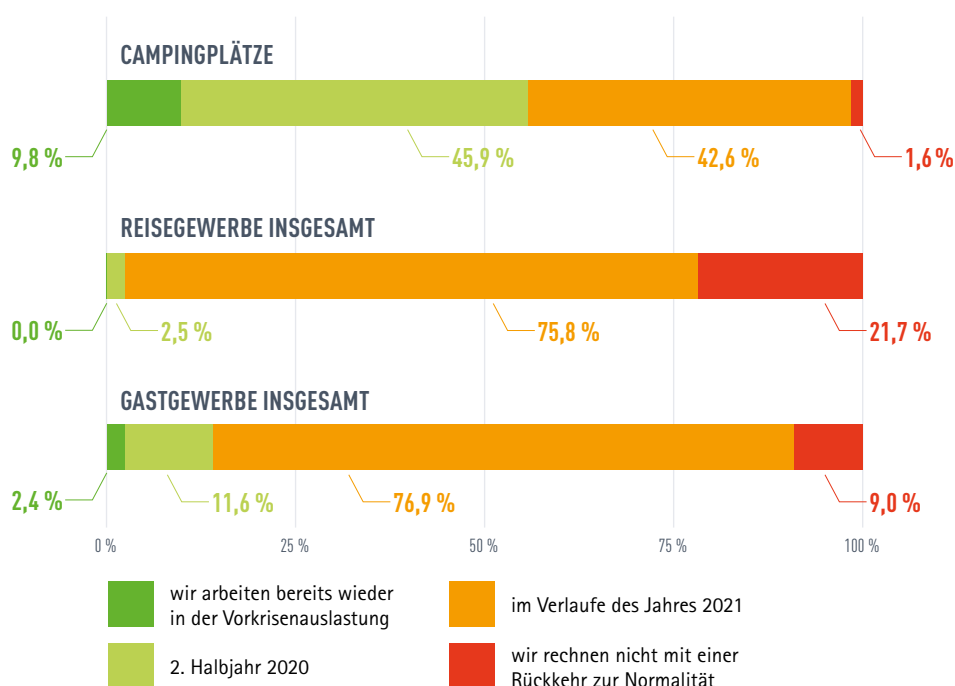
Die Campingbranche zeigt hier ein deutlich anderes Bild: Hier erwarten 43 Prozent der Befragten einen Rückgang von maximal 25 Prozent. 13,3 Prozent erwarten keine Veränderung. Campingplätze gehörten zu den ersten Beherbergungsunternehmen, die wieder öffnen durften.

FINANZIELLE SITUATION



Trotz sinkender Einnahmen bleibt ein Großteil der Kosten bestehen. Das bedroht die finanzielle Lage der Betriebe. Ein wichtiges Instrument zur Überbrückung der ersten Liquiditätsengpässe waren die von Bund und Land zur Verfügung gestellten Finanzhilfen. So haben knapp 80 Prozent der Unternehmen im Gast- und Reisegewerbe Soforthilfe beantragt. Doch die Hilfen reichen nicht aus: Im Gastgewerbe benötigt fast die Hälfte der Befragten nach eigener Aussage weitere finanzielle Hilfen, im Reisegewerbe sind es sogar 61 Prozent. Das wirkt sich auch auf die zukünftigen Ausgaben aus. So gehen knapp 60 Prozent der Gastgewerbebetriebe davon aus, dass sie in der nächsten Saison Personal abbauen werden. 56 Prozent planen derzeit keine Investitionen.

BIS WANN RECHNEN SIE MIT EINE RÜCKKEHR ZUR NORMALITÄT IHRER GESCHÄFTSLAGE?



Hoffnung besteht erst wieder für das nächste Jahr. So erwarten rund drei Viertel der Betriebe im Gast- und Reisegewerbe eine Rückkehr zur Normalität ihrer Geschäfte im Verlauf des Jahres 2021. 11,6 Prozent der Gastgewerbebetriebe glauben, dass sie bereits im zweiten Halbjahr 2020 wieder Geschäfte auf Vorkrisenniveau machen werden.

Bei den Campingplätzen sind die Zukunftsaussichten besser. Knapp 10 Prozent arbeiten bereits wieder auf Vorkrisenauslastung, 46 Prozent erwarten eine Rückkehr zur Normalität bis Ende des Jahres, weitere 42,6 Prozent im nächsten Jahr.

Weitere Informationen und detaillierte Auswertungen finden Sie im aktuellen Fokus Niedersachsen unter www.ihk-n.de

FLUSSLANDSCHAFT ELBE SETZT AUF QUALITÄT

Mitten in der Corona-Krise startet das Qualitätsprojekt Pilotregion Flusslandschaft Elbe. Das Ziel: Die touristische Destination als Pilotregion für beste Qualität im ländlichen Raum aufzustellen. In Kooperation mit der TourismusMarketing Niedersachsen GmbH (TMN) und der IHK Lüneburg-Wolfsburg will die Flusslandschaft Elbe GmbH touristische Anbieter ab Juni fit machen durch Weiterbildungen und den Austausch in Netzwerken. Der Fokus liegt auf den Bereichen Servicequalität und Ausstattung, internationale Gäste und darauf, wie sich die Betriebe auch digital als Dienstleister aufstellen können. Eingebunden werden auch die Tourismusinformationen und Kommunen. „Wir freuen

uns sehr, dass wir in diesen schwierigen Zeiten gemeinsam die touristischen Akteure in der Region unterstützen und gleichzeitig die Qualitätsentwicklung in der Region mitgestalten können“, sagt Dorit Siebenbrodt, IHK-Beraterin für Regionalentwicklung. Das Pilotprojekt soll einen Schub bringen, der weit über die Corona-Krisenzeit hinaus wirken soll, betont Jens Kowald, Geschäftsführer der Flusslandschaft Elbe GmbH. Das Pilotprojekt ist in Teilen gestartet, weitere Teilnehmer/innen sind willkommen. Informationen zu den Angeboten können die Gastgeber und Touristiker der Region Flusslandschaft Elbe unter info@erlebnis-elbe.de anfordern.

AUSLÄNDISCHE GÄSTE SOLLEN FÜR MEHR WACHSTUM IM NORDDEUTSCHEN TOURISMUS SORGEN

Nach der Corona-bedingten Pause macht nun eine große Qualitätsoffensive der Metropolregion Hamburg die Tourismusbranche mit über einer Million Euro fit für die vielfältigen Wünsche ausländischer Gäste. Im Projekt engagieren sich 30 Tourismusorganisationen, Landkreise, Wirtschaftsförderer, Städte und Kammern, um die Qualifizierung und Kompetenz in den Betrieben vor Ort zu fördern.

Mehr Wertschöpfung für die regionale Tourismusbranche durch die Steigerung der Nachfrage aus Dänemark, Schweden, den Niederlanden, Österreich und der Schweiz ist Ziel des Projektes. Ein Wissensbus, der die Dienstleister vor Ort besucht, vermittelt die benötigten Kompetenzen und es wird Seminare zu internationalen Gepflogenheiten und Sprachtrainings geben. Nachhaltige Vertriebs- und Kommunikationsaktivitäten sollen für mehr Sichtbarkeit sorgen.

Die Federführung des Projektes hat der Landkreis Nordwestmecklenburg, die Projektleitung ist im Verband Mecklenburgischer Ostseebäder e. V. angesiedelt, in dem eine Projektleiterin seit Anfang April für die Koordination der verschiedenen Aufgaben sorgt. Als erste Maßnahme wurden die Arbeitspakete zum Wissenstransfer ausgeschrieben; die Vergabe erfolgte Anfang Juli 2020 an eine Bietergemeinschaft, bestehend aus TourComm Germany, Deutsches Seminar für Tourismus (DSFT) und Lydia Albers – Seminare & Trainings.

Das Projekt läuft über drei Jahre und hat ein Finanzvolumen von über einer Million Euro. Davon werden 80 Prozent durch die Förderfonds der Metropolregion Hamburg getragen.

Mehr Informationen unter:

<https://metropolregion.hamburg.de/gemeinsam-international/>

AUSBILDUNG ZUM QUALITÄTS-EXPERTEN

WIE SERVICE GLÜCKT!

Mehr als 60 Prozent der Kunden wechseln aufgrund von schlechtem Service. Dass guter Service erfolgreich macht, ist also kein Geheimnis. Schlechte Erfahrungen werden in der heutigen Zeit nicht nur Freunden und der Familie erzählt, sondern auch auf Online-Bewertungsportalen gleich mit der ganzen Welt geteilt.

Deshalb wird Servicequalität im digitalen Zeitalter immer wichtiger. Damit der Service glückt, gehen Sie den ersten Schritt: Bilden Sie einen oder mehrere Mitarbeiter zum Qualitäts-Experten aus. In den Seminaren lernen Sie wie der Kunde Ihre Dienstleistung wahrnimmt und wie Sie mit kreativen Serviceideen Erlebnisqualität schaffen.

ServiceQ bietet folgende Seminare an:

AUFRISCHUNGSSEMINAR

Sie haben schon Vorkenntnisse im Bereich Qualität, haben bereits eine Ausbildung zum Qualitäts-Experten absolviert und möchten Ihre Kenntnisse auffrischen? Dann ist das Auffrischungsseminar für Qualitäts-Experten genau das Richtige für Sie!

INTERAKTIVER IDEENWORKSHOP

Sie sind auf der Suche nach neuen Impulsen und Ideen, um Ihre Kunden zu begeistern? Dann lassen Sie uns gemeinsam kreativ werden und neue Anregungen für die Umsetzung der Servicequalität in Ihrem Betrieb sammeln. Tauschen Sie sich mit anderen Betrieben aus und entwickeln Sie individuelle Maßnahmen zur Verbesserung.

QUALITÄTS-THEMENWORKSHOP

Ein stabiles und motiviertes Team von Mitarbeitern ist ein wichtiger Erfolgsfaktor für jeden Betrieb. Denn zufriedene und motivierte Mitarbeiter sind leistungsbereite Mitarbeiter und dies wirkt sich auch auf die Kundenzufriedenheit aus.

Sie lernen die Bedeutung von Mitarbeiterbindung kennen und analysieren Ihren Betrieb durch passende Werkzeuge. Außerdem erarbeiten Sie Verbesserungsmaßnahmen für Ihren Betrieb und erhalten jede Menge Impulse aus der Praxis.

„Kundenbegeisterung wird nicht von Marken gemacht, sondern von Mitarbeitern.“

Sabine Hübner, Service-Expertin

NEUE PARTNERSCHAFT MIT TRUSTYOU

Mitte Juni fiel der Startschuss der Zusammenarbeit zwischen TrustYou und ServiceQualität Deutschland (SQD) e.V. Gemeinsam mit unserem Partner setzen wir uns dafür ein, dass Sie Ihre Servicequalität mit einem aktiven Online-Bewertungsmanagement ausbauen können. Wenn Sie bereits Bewertungen bei TrustYou haben, werden diese im Online-Tool ganz bequem unter Ihren Q-Werkzeugen angezeigt. Sonderkonditionen für die Analysetools von TrustYou gibt es nur mit der Q-Zertifizierung.

DIE NÄCHSTEN SEMINARTERMINEN:

- **Ausbildung zum Qualitäts-Experten Q-Seminar**
08. / 09.09.2020
Akademiehotel Rastede
- **Q-Ideenworkshop**
17.09.2020
Handelshaus Hannover
- **Auffrischungsseminar für Qualitäts-Experten Q-Refresher Seminar**
22.10.2020
Handelshaus Hannover
- **„Mitarbeiterbindung und -motivation als Schlüssel zum Unternehmenserfolg“ Qualitäts-Themenworkshop**
03.11.2020
Hotel-Restaurant Altes Stadthaus in Westerstede
- **Ausbildung zum Qualitäts-Experten Q-Seminar**
11. / 12.11.2020
Handelshaus Hannover

Anmeldung unter
www.q-deutschland.de

WISSENSMONITOR NIEDERSACHSEN

Die TourismusMarketing Niedersachsen möchte ihre Leistungsträger zukünftig noch besser unterstützen und gemeinsam mit den Betrieben die Qualität im niedersächsischen Tourismus langfristig steigern. Hierfür soll ein entsprechendes Weiterbildungsangebot geschaffen werden. Um zu erfahren welche Themen und Formate für die Betriebe von Interesse sind benötigen wir Ihre Mithilfe. Bitte nehmen Sie sich einen kurzen Moment Zeit, um an der Umfrage „Wissensmonitor Niedersachsen“ mitzumachen. Teilen Sie so mit, welche Themen für Sie von Interesse sind, damit das Angebot darauf ausgerichtet werden kann. Weiterbildung ist nicht nur wichtig, um fachlich up to date zu bleiben, sondern auch um neue Impulse zu erfahren. Zur Umfrage gelangen Sie hier: <https://nds.tourismusnetzwerk.info/2020/06/16/wissensmonitor-niedersachsen/>

EXZELLENZINITIATIVE NACHHALTIGE REISEZIELE GEGRÜNDET

Seit Jahren setzt sich die TMN konsequent für nachhaltige Tourismusentwicklung in Niedersachsen ein. „Auch zukünftig wird sich die TMN in diesem Bereich engagieren, weshalb die Initiative ideal zu unseren Bestrebungen passt. Allein schon der Klimawandel ist eine globale Herausforderung, die niemand alleine lösen wird. Deshalb ist es uns wichtig, uns bei diesem Thema bundesweit zu vernetzen“, so Meike Zumbrock, Geschäftsführerin der TMN.

Denn der Erfahrungsaustausch spielt für alle Tourismusakteure eine zentrale Rolle bei der Umsetzung von Nachhaltigkeit sowie zur Anregung von Kooperationsstrukturen und gemeinsamen Projekten. Entsprechend ist der Ausbau des Netzwerks eines der Hauptziele der Exzellenzinitiative, wie auch der Kompetenzaufbau der Partner. So soll ein Wissenspool geschaffen und die kennzahlenbasierte Bewertung der eigenen Nachhaltigkeits-

leistungen ermöglicht werden. Mehrere Netzwerkveranstaltungen, die Etablierung von Arbeitsgruppen und begleitende Online-Leistungen flankieren die Umsetzung in der Praxis.

Bereits im Dezember 2019 fand ein intensiver Austausch zur Netzwerkkonzeption in einer Pilotgruppe aus 14 touristischen Akteuren, darunter die TMN, statt. Im Juni wurde die über das Förderprogramm LIFT geförderte Initiative nun per digitalem Launch mit insgesamt neun Gründungsmitgliedern offiziell ins Leben gerufen. Projektbeteiligte sind die Beratungs- und Zertifizierungsorganisation TourCert sowie die Tourismuszentrale Saarland und die Tourismus GmbH Nördlicher Schwarzwald.

Mehr dazu unter <https://www.tourcert.org/projects/exzellenzinitiative/>

Q-TAG DEUTSCHLAND

Im Februar haben mehrere Standorte gleichzeitig den ersten bundesweiten Q-Tag Deutschland ausgerichtet. In Niedersachsen folgten zahlreiche Touristiker der Einladung der TMN nach Lüneburg, wo die Veranstaltung mit Unterstützung der IHK Lüneburg-Wolfsburg durchgeführt wurde.

„Der Q-Tag ist eine Chance, die touristischen Akteure auf allen Ebenen in Niedersachsen verstärkt für das Thema Qualität zu sensibilisieren und konkrete Handlungsoptionen im Großen wie im Kleinen zu liefern. Dieser Tag bringt uns einen Schritt näher an unser Ziel, die Zufriedenheit unserer Gäste in Niedersachsen nachhaltig zu steigern“, so TMN-Geschäftsführerin Meike Zumbrock. An den vier Veranstaltungsorten in Lüneburg, München, Trier und Bad Belzig verfolgten die Teilnehmenden zunächst per Live-Übertragung den Impulsvortrag des bekannten Management-Beraters Carsten K. Rath, der als Key-Note-Speaker für die Veranstaltung gewonnen werden konnte. Unter der Anleitung von erfahrenen Qualitäts-Trainern wurden die Touristiker anschließend selbst aktiv: In einem Workshop erarbeiteten sie konkrete Service-Ideen und überlegten, wie sich die gewonnenen Impulse innerhalb ihrer Organisationen umsetzen lassen.



NEUES VON DER TMN

ENDLICH WIEDER LEBENS Lust

Unter dem Titel „Endlich wieder Lebenslust“ hat die TMN pünktlich zum Beginn der Sommerferien eine Image-Kampagne gestartet mit dem Ziel, das Reiseland Niedersachsen als authentisches und liebenswertes Gastgeberland zu präsentieren und die von der Corona-Krise schwer getroffene Tourismusbranche gezielt zu unterstützen. Das übergeordnete Motto steht für naturnahe Erlebnisse und genussvolle Momente „um die Ecke“. Schließlich ist Niedersachsen bundesweit schnell erreichbar und bietet genug Platz und Weitblick für individuellen und entspannten Urlaub fernab der Massen. Die kommunikative Berücksichtigung aller 15 Reiseregionen ist entsprechend ein elementarer Kampagnen-Bestandteil. Jede Reiseregion hat ein eigenes Kampagnen-Motiv mit einer eigenen regionalen Story. So besteht für die Regionen die Möglichkeit, die Kampagne parallel für das regionale Marketing einzusetzen. Zentraler Kampagnen-Mittelpunkt zum Start ist die Internetseite reiseland-niedersachsen.de. Die Kampagne wird bundesweit ausgespielt. Im zweiten Teil der Kampagne, der nach den Sommerferien startet, werden weitere Marketing-Maßnahmen umgesetzt. Neben Radio-Werbung und Digital Out of Home wird ein neues Niedersachsen-Magazin wesentlicher Bestandteil der Offline-Kommunikation sein.

NIEDERSACHSEN HUB

Um als Reiseland Niedersachsen zukunftsorientiert aufgestellt zu sein, führt die TourismusMarketing Niedersachsen (TMN) eine ganzheitliche landesweite Datenbank ein – den Niedersachsen Hub. Hier wird zukünftig der Content der touristischen Regionen und Städte des Landes gebündelt und so die Weichen für innovative Technologien vor dem Hintergrund des digitalen Wandels gestellt. Die wichtigsten Stichpunkte hier: Open Data und Künstliche Intelligenz.

Der Startschuss zur Entwicklungs- und Umsetzungsphase des Niedersachsen Hubs erfolgte Ende März 2020. In einem ersten Schritt wird das Projektsetup gestaltet. Konkret werden ein erster Entwurf des gemeinsamen Datenstandards sowie Kategoriebäume erarbeitet, die für alle Partner einheitlich Gültigkeit haben sollen. Neben umfassenden Informationen zum Niedersachsen Hub unter nds.tourismusnetzwerk.info bietet die TMN auch eine digitale Roadshow zu Open Data und „Niedersachsen Hub“ an. Seit Anfang Juni finden dazu die ersten Termine für Vertreter der touristischen Regionen in Niedersachsen statt.



TOURISMUSNETZWERK NIEDERSACHSEN

Die TMN ist der Kooperation Tourismusnetzwerk beigetreten, um in Zukunft einen gezielten Wissensabruf zu ermöglichen sowie den Austausch der verschiedenen touristischen Partner im Land zu fördern. Unter der Überschrift „Von Touristikern für Touristiker“ wird langfristig die Umsetzung einer umfassenden Wissensdatenbank verfolgt. Dadurch sollen zielgerichtete und effiziente Kommunikation sowie kontinuierlicher Informationsfluss zwischen den touristischen Akteuren gewährleistet werden. Unter nds.tourismusnetzwerk.info werden künftig branchenrelevante Nachrichten aus Niedersachsen und Deutschland gebündelt und über aktuelle Arbeitsthemen der TMN berichtet. Kostenfreie Erklärvideos, kurze Hilfestellungen und praxisbezogene Leitfäden erleichtern dabei die konkrete Umsetzung spezifischer Fragestellungen im Arbeitsalltag der Partner. Darüber hinaus erhalten diese einen Überblick über aktuelle Neuigkeiten und Veranstaltungen, branchenspezifische Zahlen und Fakten sowie weitere hilfreiche Auskünfte. Klar strukturierte und nach Themen sortierte Inhalte erleichtern die Handhabung. Das Angebot wird zudem permanent erweitert und ausgebaut. Das Konzept zum Tourismusnetzwerk entstand ursprünglich in Rheinland-Pfalz. Nach Thüringen, Baden-Württemberg und Hessen ist nun auch Niedersachsen auf der Plattform vertreten.

DESTINATIONEN
IM PORTRÄT

Rundreise durch Niedersachsen

Niedersachsen hat viele Gesichter! Die Tourismusnachrichten porträtieren in jeder Ausgabe eine andere Destination. Dieses Mal stellt sich das Hasetal vor.



HASETAL



Das „Radfahrradies Hasetal“

Radurlaub „auf Rezept“ ist der Renner

Zwischen Teutoburger Wald und Ems erstreckt sich das Erholungsgebiet Hasetal. Vor 30 Jahren beschlossen die an der Hase gelegenen Städte und Gemeinden Bersenbrück, Quakenbrück, Essen (Oldb.), Lönningen, Herzlake, Haselünne und Meppen, das Hasetal als Fremdenverkehrsgebiet auszubauen. Heute hat es sich mit einem mehr als 1.000 Kilometer umfassenden Radwanderwegenetz, einschließlich einer modernen, lückenlosen Wegweisung und vielen Extras für Radfahrer zu einem wahren Paradies für Radler entwickelt. So entstand auch der Begriff „Radfahrradies“, der mittlerweile weit über die Grenzen des Hasetals hinaus Bekanntheit genießt. Die stetig steigende Zahl der Gäste ist von der Freundlichkeit der Bewohner und dem Service der Beherbergungsbetriebe begeistert. Die hohe Zahl der „Wiederholer“ bestätigt diesen Trend.

Durch das Hasetal radeln bedeutet auch gleichzeitig drei abwechslungsreiche Regionen, das Emsland, das Osnabrücker Land und das Oldenburger Münsterland, zu entdecken. Auf geführten Tages- oder Mehrtagestouren lassen sich die Touristen mit einem erfahrenen Radreiseleiter durch die beschaulichen Landschaften führen. Bei den Rund-um-Sorglos Touren nimmt der Radreiseleiter die Gruppen auf den fünftägigen Touren mit an die Hand und erzählt Wissenswertes und Dönkes aus der Region. Kleine Cafés entlang der Strecke laden zum Einkehren ein, alte Kirchen oder Schlösser werden erkundet und mit einem gemeinsamen Abendessen oder Grillabend klingen die Abende aus. Ebenso einen Rund-um-Service wird bei den E-Bike-Tagestouren angeboten. Die Gäste können aus verschiedenen thematischen Touren wählen und werden bei jeder Tour neben Highlight aus der Region mit einem Frühstück, Mittagsimbiss und Kaffee und Kuchen versorgt.

KOPFKISSENBAR UND SCHÖNWETTERGARANTIE

Für Radfahrer, die individueller unterwegs sein möchten, gibt es Touren mit wechselnden Unterkünften oder einem festen Quartier. Auch auf diesen Touren bietet das Hasetal besondere Serviceleistungen an: Bei der Kopfkissenbar können die Touristen aus 5 verschiedenen Modellen ihr Kopfkissen wählen. Beim Gepäcktransfer können die Gäste ganz unbeschwert ihre Tagesetappe auf dem Fahrrad zurücklegen – das Gepäck wird dabei von Hotel zu Hotel weiterbefördert. Auf der Hase-Ems-Tour wird zudem die Schönwettergarantie angeboten. Bei starkem Regen über Tag werden die Gäste mit den Rädern und Gepäck zum nächsten Etappenziel weiterbefördert.

RADURLAUB

Die mit dem deutschen Tourismuspreis gekrönte Region trägt nicht umsonst liebevoll den Namen „Radfahrradies“. Mehr als 1.000 Kilometer Radwanderwege sind lückenlos ausgemerkelt.



Auch abseits der Radwege kann das Hasetal erkundet werden. Auf der Schiene lassen sich sowohl Einheimische als auch Touristen auf der Strecke zwischen Meppen und Essen/Oldb. gemütlich fahren. Auf der stillgelegten

Bahnstrecke zwischen Fürstenau und Quakenbrück tritt man auf verschiedenen Draisinenmodellen selber in die Pedale und genießt die Natur entlang der Strecke. Schutzhütten und Haltepunkte laden zum Verweilen ein. Ein Netz aus Kanu- und Bootsverleihern ermöglicht besonders in den Sommermonaten vielen Paddlern gemütliche Stunden auf der Hase. Seit kurzem werden auch Tageswanderungen auf dem Hünenweg zwischen Osnabrück und Meppen angeboten. Auch hier können die Gäste aus unterschiedlichen Etappen wählen und sich von dem Rund-um-Sorglos-Service verwöhnen lassen.

ZUSAMMENARBEIT UND RÄUBERLEITERN

Seit nunmehr 30 Jahren bietet das Hasetal diese verschiedenen Angebote den Touristen und Einheimischen. Im Laufe der Zeit wurde das Hasetal durch viele touristische Infrastrukturmaßnahmen, eine gute Zusammenarbeit mit anderen Tourismusorganisationen und durch viele neue Ideen zu einer anerkannten Tourismusregion ausgebaut.

2014 hat das Hasetal mit dem Projekt „Mundraub im Hasetal“ den Deutschen Tourismuspreis gewonnen. Über Jahre hinweg wurden Apfel-, Birnen-, Kirsch- und Pflaumenbäume entlang des Hasetalradweges gepflanzt und laden ausdrücklich zum Stibitzen ein. Das Pflücken erleichtern Bänke mit Räuberleitern, die ebenfalls zum Verweilen einladen. Anstelle von Schildern weisen rund 2.000 öffentliche Obstbäume Radfahrer den Weg und laden zur Selbstbedienung ein.

RADURLAUB „AUF REZEPT“

In 2017 gab es erneut eine innovative Idee aus dem Hasetal. Das in Deutschland einzigartige Produkt Radurlaub „auf Rezept“ kombiniert eine mehrtägige geführte Fahrradtour mit zwei Präventionskursen aus den Themenfeldern Ernährung, Entspannung oder Bewegung, die von der Krankenkasse mit durchschnittlich 150 Euro bezuschusst werden. Die Präventionskurse im Programm Radurlaub „auf Rezept“ passen thematisch und inhaltlich bestens zur Hauptbeschäftigung, dem Radfahren. Und das ohne Beeinträchtigung des Urlaubsgefühls. Wie von Zauberhand vorbereitet, warten an verschiedenen Stationen Outdoor-Fitnessgeräte oder Kneipp-Anlagen auf die Radwandergruppen, die dabei die ganze Zeit von qualifizierten Radreiseleitern begleitet werden. Damit das Erlernte nicht in Vergessenheit gerät, bekommen alle Teilnehmer Anleitungen und sogar ein kleines Kochbuch für zu Hause mit. Um der Vielzahl an Wiederholern gerecht zu werden, wird in Kooperation mit anderen Tourismusorganisationen der Radurlaub „auf Rezept“ außerhalb des Hasetal angeboten.

Zum Erhalt eines intakten Landschaftsbildes beschäftigt die Hasetal Touristik seit einem Jahr zwei hauptberufliche „Blühstreifenmanager“. Diese haben bereits im ersten Jahr insgesamt 38 ha Wegerandstreifen oder zuvor landwirtschaftlich genutzte Flächen in Blühstreifen umwandeln können. Auch die Radfahrer profitieren von diesem Projekt, da es nun noch bunter entlang der Radwege blüht.



KONTAKT

Hasetal Touristik GmbH
Langenstraße 33
49624 Lönningen

Wilhelm Koormann
Tel. 05432 599599
Mail: info@hasetal.de
www.hasetal.de



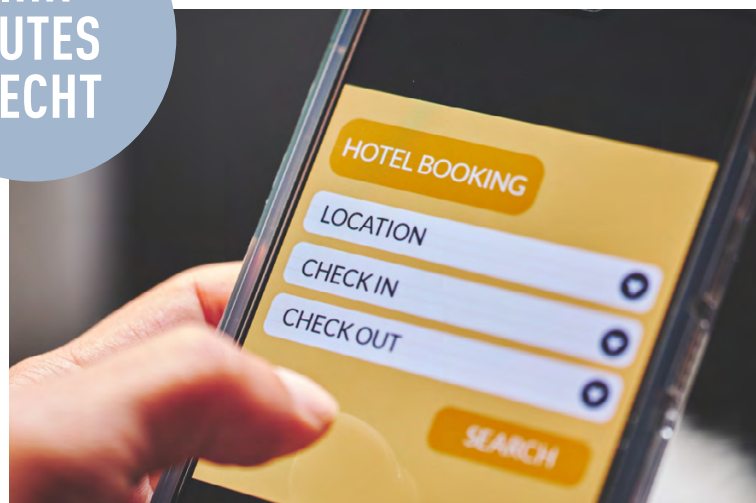
Sie würden Ihre Destination gerne in einer der nächsten Ausgaben sehen? Dann melden Sie sich bei der Tourismusnachrichten-Redaktion unter kerstin.kontny@demden.ihk.de



IHR
GUTES
RECHT

KONTAKTLOSER CHECK-IN IN HOTELS KANN STARTEN

Mit dem Dritten Bürokratieentlastungsgesetz wurde die Grundlage geschaffen, statt des klassischen Meldescheins in Papierform auch digitale Verfahren zuzulassen. In der im Juni verkündeten Beherbergungsmelddatenverordnung wurden die technischen Anforderungen an die Umsetzung des kontaktlosen Check-ins, insbesondere die einzuhaltenden Datenformate, festgelegt. Auf die Abwicklung der Anmeldung in Papierform kann nun verzichtet werden, wenn eine Übernachtung kartengebunden elektronisch bezahlt oder reserviert wird. Alternativ können zur Identifikation auch die elektronischen Funktionen des Personalausweises, des elektronischen Aufenthaltstitels oder der eID-Karte genutzt werden. Aber auch die Meldescheine auf Papier können weiter als Option genutzt werden.



WIRT SCHEITERT MIT KLAGE AUF ENTSCHÄDIGUNG

Das Landgericht Hannover hat die Klage eines Gastwirts auf Entschädigung wegen der Corona-bedingten Schließung seines Restaurants Anfang Juli abgewiesen. Für die Klage gegen das Land Niedersachsen und einen Entschädigungsanspruch gibt es nach Auffassung des Gerichts keine Rechtsgrundlage im Bundesinfektionsschutzgesetz.

Weil er sein Restaurant während der harten Corona-Beschränkungen schließen musste, forderte der Gastwirt aus Steinhude vor Gericht Entschädigung vom Land Niedersachsen. Der Kläger vertritt die Rechtsauffassung, als Adressat der auf das Infektionsschutzgesetz (IfSG) gestützten „Niedersächsischen Verordnung über infektionsschützende Maßnahmen gegen die Ausbreitung des Corona-Virus“ sei ihm das Land als Verordnungsgeber zur Entschädigung verpflichtet. Obwohl das IfSG keine ausdrückliche Entschädigungsregelung enthalte, folge die Ausgleichspflicht aus einer entsprechenden Anwendung derjenigen Vorschriften, die Maßnahmen gegen sogenannte „Störer“ (also Ausscheider eines Virus, Besitzer von verseuchten Gegenständen, etc.) ermöglichten. Da vom Restaurant des Klägers keine virusbedingte Gefahr ausgegangen sei, habe das Land eine Ansteckungsgefahr aus generalpräventiven Gründen nur vermuten können. Das hieraus resultierende „Sonderopfer“ des Klägers als Restaurantbetreiber und Anbieter einer personennahen Dienstleistung müsse ausgeglichen werden.

Nach Ansicht des Richters habe der Gesetzgeber keine Entschädigung für Gastronomen in dem Gesetz vorgesehen. Auch aus dem Landespolizeigesetz mit seinen Entschädigungsregelungen sowie dem allgemeinen Staatshaftungsrecht ergeben sich laut eines Sprechers keine Ansprüche.

BETRIEBSSCHLIESSUNGS- VERSICHERUNGEN

IMMER MEHR UNTERNEHMEN STREITEN MIT VERSICHERUNGEN ÜBER ENTSCHÄDIGUNGEN

Die wirtschaftlichen Auswirkungen der Corona-Pandemie beschäftigen zunehmend die Gerichte. Bundesweit sind laut einer Umfrage der Neuen Osnabrücker Zeitung mittlerweile rund 80 Klagen von Unternehmen auf Versicherungsleistungen bei den Landgerichten eingegangen. Hintergrund für die Klagen sind Auseinandersetzungen um mögliche Versicherungsleistungen infolge des von den Behörden verordneten Lockdowns. Dabei geht es vor allem um die unterschiedliche Auslegung von abgeschlossenen Betriebsausfallversicherungen. Während Gastronomen ihre Forderungen auf dem juristischen Weg durchsetzen wollen, verweisen Versicherer auf ihre Bedingungswerke. Andere wiederum setzen auf Kulanz.

Im Mai hatte sich das Landgericht Mannheim mit der Klage einer Hotelbesitzerin gegen ihren Versicherer befasst (Az. 11 O 66/20). Zwar wies das Gericht die Klage aus formalen Gründen zurück, in der Begründung wies es die Argumente der Versicherungswirtschaft gegen ihre Eintrittspflicht bei coronabedingten Betriebsschließungen jedoch dezidiert zurück. Das Urteil könnte Signalwirkung haben.

IHKN Regional



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



**IHK
BRAUNSCHWEIG**



KONTAKT

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

PALÄON BIETET MUSEUMSGENUSS TROTZ CORONA

Immer eine Speerlänge Abstand

Vor 300.000 Jahren machten die Urmenschen an einem Seeufer beim heutigen Schöningen Jagd auf Wildpferde. Der Lagerplatz war bis zu seiner Entdeckung durch den Braunkohletagebau wie in eine Zeitkapsel eingeschlossen. Zu den sensationellen Entdeckungen gehören die ältesten erhaltenen Fernwaffen der Menschheit. Die Schöninger Speere werden direkt neben der Fundstelle im Forschungsmuseum Schöningen – paläon – präsentiert. Hier wird ein Einblick in die laufenden Ausgrabungen, die Restaurierung und die internationale Forschung gewährt, ergänzt durch ein vielfältiges Mitmachangebot für Jung und Alt. Wie alle Museen wurde auch das Forschungsmuseum zur Eindämmung der Corona-Pandemie am 13. März 2020 geschlossen. Ungewöhnlich ruhig war es in dem sonst so quirligen außerschulischen Lernort, denn auch alle Schulklassenprogramme und Gruppenanmeldungen mussten abgesagt werden. Immer wieder riefen Kulturhungrige an und fragten nach der Wiedereröffnung des Hauses, das seit dem 12. Mai 2020 nach siebenwöchiger Schließung endlich wieder Besucherinnen und Besucher willkommen heißt. Bis dahin musste das Museum ertüchtigt werden: Es wurden z.B. Scheiben auf dem Empfangstresen installiert, Desinfektionsmittelspender aufgestellt und Klebestreifen zur Erinnerung an das Abstandsgebot auf dem Boden und den Bänken aufgebracht. Der Appell des Forschungsmuseums lautet: „Mund-Nase-Bedeckung auf und immer eine Speerlänge Abstand“. Den Fahrstuhl dürfen jeweils „nur ein/e Jäger/in oder Angehörige einer Sippe“ benutzen. Das gilt auch für die Kabinette und die Grabungsiseln in der Sonderausstellung. Der großzügige Neubau erleichtert die Umsetzung der Hygienemaßnahmen: Die Ausstellungen werden über getrennte Treppen und einem Rundgang erschlossen, der bereits als Einbahnstraßensystem konzipiert wurde.

Die Besucherinnen und Besucher beginnen ihren Rundgang in Dauer- und Sonderausstellung im 2. Obergeschoss, gelangen dann in das 1. Obergeschoss, wo sie den Forschenden in ihren gläsernen Laboren über die Schulter schauen können. Man kommt ganz dicht an die frisch freigelegten, riesigen Knochen eines Elefanten, nur getrennt durch die große Glaswand zur Restaurierungswerkstatt. Wegen der coronabedingten Einschränkungen wurde die Eröffnung der aktuellen Sonderausstellung „Bodenschätze – Geschichte(n) aus dem Untergrund“ ins Internet verlegt. Der Stream mit Grußworten und Ausstellungsführung findet sich neben anderen Filmen auf der Website. Die archäologisch-naturkundliche Schau mit vielen Mitmachangeboten wurde speziell für Familien entwickelt; sie bietet aber auch anspruchsvolle Unterhaltung für alle Wissenschaftsinteressierte. Eventuelle Wartezeiten wegen der Besucherbeschränkungen im Gebäude können mit einem Spaziergang über das Freigelände an die Tagebaukante oder zu den Wildpferden umgangen werden.



Forschungsmuseum Schöningen
trotzt der Coronapandemie.
Die Maske am Gesicht des Urmen-
schen erinnert die Besucher/innen
an die Hygiene-Etikette

INNOVATIONSPROZESS

Touristischer Entwicklungsleitfaden für Stadthagen

Die Kreisstadt Stadthagen (Landkreis Schaumburg) verfügt über eine historische Altstadt; der Claim „Stadt der Weserrenaissance“ wirbt seit vielen Jahren für den Ort. Laut dwif stellt der Tagestourismus in Stadthagen das mit Abstand größte touristische Marktsegment dar. Ende 2019 wurde unter der Regie der Wirtschaftsförderung ein mehrteiliger Innovationsprozess zur künftigen touristischen Entwicklung gestartet, moderiert durch das hannoversche Planungsbüro ‚mensch & region‘.



25 Vertreter aus Tourismuswirtschaft, Verwaltung und Politik, von Institutionen wie der IHK und dem DeHoGa sowie aus dem Ehrenamt waren eingeladen. In ersten Diskussionsrunden wurden u. a. der aktuelle touristische Status quo ermittelt und künftige Ziele diskutiert. In Telefoninterviews kristallisierten sich Angebote innovativer Dienstleistungen und die Ansprache jüngerer Publikums als großer Entwicklungsbedarf heraus.

Die Arbeit in sich anschließenden Runden Tischen ergab, dass Entwicklungstreiber bzw. Trends wie Digitalisierung, Nachhaltigkeit sowie Storytelling bei zukünftigen Maßnahmen in den Fokus gerückt werden sollten. Touristische Leitlinien im Sinne von Kernaussagen zur weiteren Entwicklung wurden verfasst und erste Prototypen für konkrete Maßnahmen entwickelt. Nach einer Abschlusspräsentation (coronabedingt als Videokonferenz) in der Arbeitsgruppe erzielte die Vorstellung der Ergebnisse des Prozesses im zuständigen politischen Fachausschuss des Stadtrates Mitte Juni eine sehr positive Resonanz. Die systematische Umsetzung soll durch eine neu zu gründende Task-Force Tourismus erfolgen. Das vor allem mit touristischen Praktikern besetzte Gremium soll zudem die lokale Politik beraten.



IHK HANNOVER



KONTAKT

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

RINTELN UND BÜCKEBURG: VERKAUFSOFFENE SONNTAGE OHNE VERANSTALTUNGEN

In Rinteln und Bückeburg (Landkreis Schaumburg) hat es am 7. Juni bzw. am 3. Mai verkaufsoffene Sonntage gegeben – und das ohne eine attraktive frequenzstarke Veranstaltung. In beiden Fällen war die Sonntagsöffnung nach einem Beteiligungsverfahren bereits genehmigt worden. Nun mussten aber coronabedingt die anlassgebenden Veranstaltungen abgesagt werden. Der verkaufsoffene Sonntag war nur gem. § 49 VwVfG im Rahmen einer Ermessensentscheidung zu widerrufen; das öffentliche Interesse muss ohne den Widerruf gefährdet sein.

In Rinteln haben Stadt und Stadtmarketingverein eng kooperiert, vom Konzept für Ab-

stands- und Hygieneregeln über großzügige Sondernutzungsflächen für Händler und Gastronomen bis hin zu Kontrollen durch Streifenteams aus Polizeibeamten und Ordnungsdienst. Die Einzelhändler seien gut vorbereitet gewesen und die Kunden hätten sich umsichtig verhalten, berichtet Heike Homeier vom Ordnungsamt Rinteln. Ziel dieses Sonntags war ein bewusstes lokales Einkaufen und Inspiration für das Aufsuchen an Werktagen. Zurzeit wird unter Beteiligung der IHK Niedersachsen in politischen Gesprächen ausgelotet, ob und in welcher Form im zweiten Halbjahr 2020 verkaufsoffene Sonntage unbürokratisch ermöglicht werden können.



**IHK LÜNEBURG-
WOLFSBURG**



KONTAKT

Ihre Ansprechpartnerin
in der IHK Lüneburg-Wolfsburg:
Dorit Siebenbrodt
Telefon: 04131 742-174
siebenbrodt@lueneburg.ihk.de
www.ihk-lueneburg.de

WIRTSCHAFTSFAKTOR TOURISMUS FÜR WOLFSBURG

WMG präsentiert Untersuchungsergebnisse

Der Tourismus in Wolfsburg ist ein prosperierender Wirtschaftsfaktor, stabiler Umsatzbringer und wichtiger Arbeitgeber – zu diesem Schluss kommt die Untersuchung „Wirtschaftsfaktor Tourismus für Wolfsburg“. Diese hat die Wolfsburg Wirtschaft und Marketing GmbH (WMG) gemeinsam mit der Tourismusberatung dwif-Consulting GmbH realisiert, um die wirtschaftlichen Effekte des Tourismus zu ermitteln. Im Rahmen der Untersuchung wurden vielschichtige Faktoren erhoben – etwa die Ausgaben der touristischen Gäste in der Stadt, die Gesamtumsätze durch Tages- und Übernachtungstourismus, profitierende Branchen sowie die Effekte auf Einkommen, Beschäftigung und Steuereinnahmen der Stadt.

Besonders sticht der Bruttoumsatz hervor, der im Jahr 2018 durch den Wolfsburger Tourismussektor erwirtschaftet wurde: Knapp 400 Millionen Euro wurden demnach mit insgesamt 8,84 Millionen Aufenthaltstagen erzielt. Mit 260,5 Millionen Euro entfällt der größte Anteil daran auf die Tagesgäste der Stadt, Übernachtungsgäste erwirtschafteten rund 135 Millionen Euro. Von diesen Umsätzen profitiert weiterhin eine Vielzahl von Betrieben aus den unterschiedlichsten Branchen.

Zu den größten Profiteuren zählten im Erhebungsjahr 2018 das Gastgewerbe mit 150 Millionen Euro sowie der Einzelhandel mit 160 Millionen Euro Umsatz. Auf weitere Dienstleistungen im touristischen Umfeld entfallen rund 86 Millionen Euro Bruttoumsatz. Auch die Auswirkungen auf die kommunalen Finanzen wurden untersucht und dargestellt.



Die vollständige Untersuchung „Wirtschaftsfaktor Tourismus in Wolfsburg“ steht auf der WMG-Website www.wmg-wolfsburg.de zum Download bereit.

LÜNEBURGER KULTURSOMMER 2020

Corona hat das Kulturleben deutschlandweit zum Erliegen gebracht, doch der Lüneburger Kultursommer wird gerade zum Vorreiter für ein sicheres und einmaliges Konzept, das es ohne den Lockdown nie gegeben hätte. Es wurde ein 150 Seiten starkes Sicherheits- und Hygienekonzept erarbeitet, das sämtliche Vorschriften sogar noch übersteigt. Mit intensivem Teamwork zwischen Mischa Karafiat, der PROTONES GmbH & Co. KG, der EVENTmanufaktur, der VARIOPAPER GmbH, dem Campus Lüneburg e. V. und der Campus Stiftung hat die Idee des Lüneburger Kultursommers über Nacht Gestalt angenommen und findet ihre Umsetzung in einem noch nie

da gewesenen Tempo. Namhafte Künstlerinnen und Künstler wie Michael Schulte, Samy Deluxe, Beatrice Egli, Culcha Candela und mehr erwecken die Süßwiesen zum Leben. Die Gäste finden vier unterschiedliche Veranstaltungskonzepte vor, aus denen Sie wählen können: den „Kulturgarten“ mit der besten Sicht, bei „Lüneburger“ sind Burger und Getränk im Ticketpreis inklusive, der „Biergarten“ wartet mit einem Bier, Brezel und Bierbeißer auf und wer den „Bike-In“ Bereich bucht, erhält dank Anreise mit dem Rad den attraktivsten Preis. Neben Konzerten von regionalen und bekannten Künstlern finden Theateraufführungen und Open-Air Kino statt.

NACHFRAGE-ORIENTIERTE ANGEBOTE GEMEINSAM VERMARKTEN

Naherholung, naturnahe Erlebnisse und Outdoor liegen im Trend

Outdoor-Aktivitäten werden bei Gästen und Einheimischen immer beliebter. Das zeigt auch die Sonderanalyse des Sparkassen-Tourismusbarometer, im jüngst veröffentlichten Update-Juni. Das Oldenburger Land bietet passend dazu einiges, auch im Hinblick auf das stetig steigende Urlaubssegment des Rad-tourismus. Im Naturpark Wildeshauser Geest heißt es ab sofort „Losradeln!“ mit neuer Knotenpunktwegweisung und Online-Tourenplanung mit interaktiver Karte. Aus einem Guss und Kräfte bündeln, heißt es im Oldenburger Münsterland. Die Reiseregion entwickelt den Tourismus weiter und geht bei der gemeinsamen touristischen Vermarktung unter einer Dachmarke mit den Erholungsgebieten der Region neue Wege in Richtung Zukunft.

RADTOURISMUS IM LANDKREIS OLDENBURG UND NATURPARK WILDESHAUSER GEEST

Der Landkreis Oldenburg liegt mit seinen neuen Themenrouten, Beschilderungen und dem beliebten Knotenpunktsystem („Radeln nach Zahlen“) voll im Trend. Die Ausgestaltung sorgt für Servicequalität und naturnahe Erlebnisse auf dem 1.200 km langen Streckennetz. An den Übergängen zu den Landkreisen Cloppenburg, Vechta sowie allen Nachbarstädten setzt sich die einheitliche Beschilderung konsequent fort. Die 13 kreierten Fahrrad-Routen handeln u.a. von Genuss, HeimatSchätzen, Wilden Wäldern und Steinzeit Spuren. Das neue Angebot wird durch entsprechendes Kartenmaterial ergänzt.

Weitere Infos: www.wildegeest.de

RADTOURISMUS erfreut sich immer größerer Beliebtheit, die durch Corona weiter verstärkt wurde. Das Segment wächst laut AD-FC-Radreiseanalyse 2019 zweistellig im Vergleich zum Vorjahr.

Link zur Radreiseanalyse:

www.adfc.de/dossier/radreiseanalyse

KRÄFTE BÜNDELN:

ERHOLUNGSGEBIETE IM OLDENBURGER

MÜNSTERLAND ZIEHEN AN EINEM STRANG

Das Oldenburger Münsterland (OM) liegt laut Sparkassen Tourismusbarometer 2019 auf Platz 5 der positiv bewerteten Reiseziele, hinter 4 bayerischen Destinationen. Die Strategie der touristischen Vermarktung der Region schreitet weiter voran. Zur einheitlichen Vermarktung unter der Dachmarke Reiseregion Oldenburger Münsterland wurden die Außenauftritte der fünf Erholungsgebiete neu gestaltet: BarBel & Saterland, Thülsfelder Talsperre, Nordkreis Vechta, Dammer Berge und Hasetal präsentieren sich fortan im gemeinsamen Corporate Design des OM und werden für den Gast eindeutig als eine Region erkennbar – auch überregional.

Weitere Schritte in diese Richtung folgten bereits im Social Media Bereich und bei den Printprodukten. Kürzlich erfolgte zudem der Website-Relaunch der Tourist-Information Erholungsgebiet Dammer Berge als weiterer Meilenstein: Als erste Website im neuen CD ging die Internetpräsenz online. Nun werden auch die weiteren Websites der Erholungsgebiete folgen, die ihren Besuchern umfangreiche Serviceangebote, u.a. ein Tool, mit dem individuelle Fahrradtouren geplant werden können, bieten.

Weitere Infos: www.om-tourismus.de



OLDENBURGISCHE IHK



KONTAKT

Ihre Ansprechpartnerin in der Oldenburgischen IHK:

Stefanie Popp

Telefon: 0441 2220-5315

stefanie.popp@oldenburg.ihk.de

www.ihk-oldenburg.de



IHK OSNABRÜCK- EMSLAND- GRAFSCHAFT BENTHEIM



KONTAKT

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

BAD ESSEN

IHK-Fachausschuss Tourismus fordert mehr Elektroladestationen

Anlässlich der Sitzung des Tourismusausschusses im Hotel Deutsch Krone in Bad Essen erklärte Friedhelm Freiherr von Landsberg-Velen, Vorsitzender des IHK-Tourismusausschusses: „Die E-Ladeinfrastruktur muss in Deutschland stärker ausgebaut werden. Dies gilt insbesondere für Ladesäulen für Gastronomie, Hotels und touristische Ziele.“ Nach den Plänen der Bundesregierung sollen 2020 eine Million Elektrofahrzeuge auf Deutschlands Straßen, 2030 sogar zehn Millionen. Doch noch fehle es auch an der notwendigen Ladeinfrastruktur.

„Zahlreiche Hotels und Gastronomiebetriebe in unserem IHK-Bezirk wollen E-Ladeangebote bereitstellen, um den politisch gewollten Ausbau der E-Mobilität zu unterstützen. Doch die Hürden sind zu hoch. Neben einer Anschubfinanzierung fehlt es in der Fläche häufig auch an der notwendigen Netzanschlussleistung“, so Friedhelm Freiherr von Landsberg-Velen.

„Die größeren Reichweiten neuer Elektrofahrzeuge werden auch bei den Reisenden zu einem wachsenden Anteil an Nutzern von Elektromobilität führen“, erläuterte Anke Schweda, IHK-Geschäftsbereichsleiterin für Standortentwicklung. Diese Entwicklung be-

treffe sowohl Geschäftsreisende als auch Urlauber. Insbesondere Anbieter von Unterkünften müssten in Zukunft eine steigende Anzahl eigener Ladepunkte vorhalten, damit die Reisenden vor Ort auch mobil bleiben. Allerdings ließen sich solche Ladesäulen nicht wirtschaftlich betreiben. Bisherige politische Konzepte böten auch keine Anreize für die Betreiber. Es reiche gerade nicht, nur den Kauf der Elektrofahrzeuge zu bezuschussen und steuerlich zu begünstigen. Auch eine flächen-deckende E-Ladeinfrastruktur benötige entsprechende Impulse, um die gewünschten Erfolge zu erzielen.

Diese Einschätzung bestätigte Sebastian Koch von der Automotive Agentur Niedersachsen aus Hannover: „Die bisherigen Fördermöglichkeiten beschränken sich auf jederzeit öffentlich zugängliche Ladeinfrastrukturen und werden bei Weitem nicht ausreichen.“ Die Landesregierung sei sich der Problematik bewusst. Mit Blick auf den Bund wolle das Land Lösungen entwickeln. Dies gelte insbesondere für unterversorgte Regionen, die mit dem „StandortTOOL“ (www.standorttool.de) des Bundesministeriums für Verkehr und digitale Infrastruktur (BMVI) identifiziert werden sollen.

FRIEDHELM FREIHERR VON LANDSBERG-VELEN ALS NEUER VERBANDSPRÄSIDENT DER VDFU

Friedhelm Freiherr von Landsberg-Velen wird künftig als Verbandspräsident des Verbandes Deutscher Freizeitparks und Freizeitunternehmen e.V. (VDFU) die Interessen der größten und renommiertesten deutschen Freizeit- und Erlebnisparks vertreten. Als Geschäftsführer und Inhaber des Ferienzentrums Schloss Dankern ist Landsberg-Velen seit vielen Jahren in den Gremien der IHK aktiv, insbesondere in der Vollversammlung, als Vorsitzender des IHK-Fachausschusses Tourismus und als Mitglied des DIHK-Tourismusausschusses.



Sprachen in Bad Essen über die Vorzüge der E-Mobilität für den Tourismus: Die Mitglieder des zuständigen IHK-Fachausschusses und Ausschussvorsitzender Friedhelm Freiherr von Landsberg-Velen (3. v. l.).

INNOVATIVES UNTERNEHMEN

Wirtschaftsmagazin Capital zeichnet OTG aus

Das Wirtschaftsmagazin Capital die hat Ostfriesland Tourismus GmbH (OTG) zu einem der innovativsten Unternehmen Deutschlands 2020 ernannt. Insgesamt wurden 442 Unternehmen aus über 1.700 Kandidaten in 20 Branchen ausgezeichnet. Die OTG konnte sich dabei zusammen mit 15 weiteren Unternehmen in der Kategorie „Gastronomie, Tourismus & Freizeit“ durchsetzen. Basis für die Auszeichnung bildeten Bewertungen von über 3.000 Branchenexperten in Führungspositionen mit mindestens sechs Jahren Berufser-

fahrung. „Nach dem Deutschen Tourismuspreis 2017 für das Konzept der agilen Tourismusorganisation und der Nominierung für die PR-Report Awards mit der Kampagne rund um „Game of Thrones in Ostfriesland“ ist die Auszeichnung der Capital die nächste große Ehrung für die OTG. Dass wir als kleines Unternehmen mit acht Mitarbeitern in einem Atemzug mit großen Innovationsunternehmen genannt werden, erfüllt uns mit großem Stolz“, freut sich Geschäftsführerin Imke Wemken.

NORDERNEY-MAGAZIN ERHÄLT GERMAN DESIGN AWARD 2020



**GERMAN
DESIGN
AWARD
WINNER
2020**

Das Norderney-Magazin ist jüngst mit German Design Award ausgezeichnet worden. Damit konnte die Staatsbad Norderney GmbH für das Norderney-Magazin den „Branchen-Oscar“ in der Kategorie „Excellent Communications Design“ gewinnen und ist damit das einzige Magazin überhaupt in Europa, dass mit diesem Preis 2020 ausgezeichnet wurde. Der German Design

Award zeichnet innovative Produkte und Projekte, ihre Hersteller und Gestalter aus, die in der deutschen und internationalen Designlandschaft wegweisend sind. In der Urteilsbegründung der Jury heißt es: „Design und Inhalte des Magazins spiegeln den Anspruch der Inselgastronomie an Exklusivität und Erholungspotenzial perfekt wider. Interessante Reportagen und Berichte werden von einer hochwertigen Bildsprache ebenso begleitet wie von originellen grafischen Details. Ein gut gemachtes Magazin, das Lust auf den Inselurlaub macht.“

EINHEITLICHER WEBAUFTRITT

In einem mehrstufigen Prozess hat die Ostfriesland Tourismus GmbH (OTG) über die letzten Monate ein einheitliches Datenbanksystem für die Region eingeführt. Hintergrund ist, dass sich mit steigenden technischen Möglichkeiten und gewachsenen Kundenanforderungen die Ferienorte und Teilregionen in Ostfriesland permanent digital weiterentwickeln müssen. Mit dem sogenannten Framework-Konzept hat die OTG einen technischen Rahmen geschaffen, dem sich die Ferienorte und Teilregionen in Ostfriesland anschließen können.

So ermöglicht das System die einheitliche Darstellung und Pflege aller touristisch relevanten Informationen der Region. Hierzu gehören beispielsweise alle Sehenswürdigkeiten oder Veranstaltungen. Diese Inhalte können nicht nur regional, sondern auch regionsübergreifend ausgetauscht und dargestellt werden. So werden Veranstaltungen aus der Datenbank beispielsweise auf der Internetseite der Landesmarketinggesellschaft TourismusMarketing Niedersachsen GmbH angezeigt (www.reiseland-niedersachsen.de). Darüber hinaus können die touristisch relevanten Informationen auf weiteren externen Partner-Webseiten, Nachbarregionen, Informationsstellen oder auch Apps ausgespielt werden.



IHK FÜR OSTFRIESLAND UND PAPERBURG



KONTAKT

Ihre Ansprechpartnerin in der IHK
für Ostfriesland und Papenburg:
Kerstin Kontny
Telefon: 04921 8901-48
kerstin.kontny@emden.ihk.de
www.ihk-emden.de



IHK STADE FÜR DEN ELBE-WESER-RAUM



KONTAKT

Ihr Ansprechpartner in der IHK
Stade für den Elbe-Weser-Raum:
Philipp Rademann
Telefon: 04721 7216-255
philipp.rademann@stade.ihk.de
www.stade.ihk24.de

IN DER KRISE AUF DIE IHK ZÄHLEN

Tourismusausschuss der IHK Stade tagt online im Zwei-Wochen-Rhythmus

Die Corona-Krise hat besonders die touristischen Unternehmen hart getroffen. Menschenleere Strände und Promenaden, geschlossene Restaurants und Hotels gehörten im März und April dieses Jahres zum Alltag in der Elbe-Weser-Region.

Die behördlichen Verbote haben die Tourismusbranche komplett zum Erliegen gebracht. Besonders in dieser unsicheren Zeit rückte die Arbeit des IHK-Tourismusausschusses in den Vordergrund. Im März und April hat der Tourismusausschuss der IHK Stade viermal getagt – selbstverständlich per Videokonferenz. Dies zeigt: Der Tourismus ist ein unverzichtbarer Bestandteil unserer Wirtschaft im Elbe-Weser-Raum.

Stets begleitet hat die Online-Sitzungen das Thema der Soforthilfe-Anträge der NBank.

Über dieses Themenfeld hinaus waren der Austausch der Mitglieder, die Weitergabe von tagesaktuellen Informationen sowie die Forderungen an die Politik im besonderen Fokus. Am 23. April 2020 verabschiedete der Tourismusausschuss der IHK Stade einen Drei-Punkte-Forderungskatalog, um politische Maßnahmen zu fordern, die das Überleben vieler Betriebe sichern können. Ein zusätzlicher Rettungsschirm für die Unternehmen der Tourismusbranche ist ebenso Teil des Forderungskatalogs wie eine zukünftige Wertschätzung der Branche und die Aufforderung zur Nutzung der Wachstumspotentiale in Niedersachsen.

Die Krise hat verdeutlicht, dass der Tourismusausschuss eine ideale Plattform für den Austausch mit Wirtschaft und Politik bietet.

MEIN SCHIFF 3 MACHTE IN CUXHAVEN STATION

Auch die Kreuzfahrtbranche ist aufgrund der Corona-Pandemie zum Erliegen gekommen. In der weltweit vernetzten Schifffahrt führt dies zu besonderen Herausforderungen, um die sichere Heimreise der Crewmitglieder zu ermöglichen. Von Cuxhaven aus konnten jetzt 1.900 Crewmitglieder aus über 60 Nationen der MEIN SCHIFF 3 nach Hause zurückkehren. Das Kreuzfahrtschiff mit 293 Metern Länge und Platz für 2.500 Passagiere hatte Ende April am Cuxhavener Steubenhöft festgemacht, nachdem es zuvor auch Besatzungsmitgliedern von anderen TUI-Schiffen aufgenommen hatte.

Am 29. Mai 2020 verließ die MEIN SCHIFF 3 wieder den Seehafen an der Elbmündung. Auch wenn in den vergangenen Jahren Cuxhaven kaum von Cruise Linern angelaufen wurde, ist die Stadt der Kreuzfahrt eng verbunden. Am 22. Januar 1891 startete in Cuxhaven mit der AUGUSTA VICTORIA weltweit das erste Schiff zu einer Kreuzfahrt. Seereisen, quasi zur reinen Urlaubsfreude, waren damals etwas ganz Neues. Die Idee hatte der Hamburger Reeder Albert Ballin mit

der von ihm geführten Hamburg-Amerika-Linie (Hapag). Potential hat das Kreuzfahrtbusiness in Cuxhaven auch heute: Dies bescheinigt nicht zuletzt ein aktuelles Perspektivpapier von NPorts der traditionsreichen Hafenstadt, die mit über 3,8 Millionen Übernachtungen im vergangenen Jahr auch ein Schwergewicht im norddeutschen Tourismus ist.



Vorschau

NÄCHSTE
AUSGABE

Herbst 2020

FLUSSLANDSCHAFT ELBE

In der nächsten Ausgabe der Tourismusnachrichten stellt sich die Flusslandschaft Elbe vor. Die Destination steht für ein einzigartiges Naturparadies, für eine wunderbare Fahrradregion und natürlich für die Schifffahrt auf der Elbe.



LESERSERVICE

Abo bestellen unter

www.ihk-n.de/tourismusanmeldungen

Finden Sie uns auf Facebook:

www.facebook.com/ihkntourismusanmeldungen/

IMPRESSUM

Herausgeber:

IHK Niedersachsen (IHKN)

Hinüberstraße 16–18, 30175 Hannover

Telefon: 0511 33708-77

E-Mail: info@ihk-n.de

www.ihk-n.de

Verantwortlich:

Arno Ulrichs, Sprecher Federführung Tourismus der IHKN, Leiter Standortpolitik der IHK für Ostfriesland und Papenburg

Redaktion:

Kerstin Kontny

Referentin Verkehr und Tourismus

IHK für Ostfriesland und Papenburg

Ringstr. 4, 26721 Emden

Telefon: 04921 8901-48

E-Mail: kerstin.kontny@emden.ihk.de

www.ihk-n.de/tourismusanmeldungen

Mitglieder der IHK Niedersachsen sind:

IHK Braunschweig

IHK Hannover

IHK Lüneburg-Wolfsburg

Oldenburgische IHK

IHK Osnabrück-Emsland-Grafschaft Bentheim

IHK für Ostfriesland und Papenburg

IHK Stade für den Elbe-Weser-Raum

Erscheinungstermin:

Juli 2020

Bildnachweise:

Titel: © Hasetal Touristik GmbH, Seite 2: links © Campingplatz Stover Strand, Mitte © Hasetal Touristik GmbH, Seite 3: © Daniel Gebauer, Seite 4: © Grafschaft Bentheim Tourismus e.V./Rudi Schubert, Seite 5: shutterstock.com / Photo Buddha, Seite 6 und 7: © Campingplatz Stover Strand, Seite 8: shutterstock.com / oben © dirk, Mitte © S-F, unten © anweber, Seite 10: shutterstock.com / Drazen Zigic, Seite 14: © photocopy, Seite 16: © TMN, Seite 17: © TMN, Seite 18–20: © Hasetal Touristik GmbH, Seite 21: © shutterstock.com / KULLAPONG PARCERAT, Seite 22: © Kurverwaltung Langoog, Seite 23: Porträt © oh, unten © Foto: Anna-Laura Krogmeier, NLD, Seite 24: links © Fabian Böttcher, mensch & region, Porträt © Andrea Seifert Photography www.andraseifert.de, Seite 25: Porträt © fotografin Sandra Koenig, rechts © WMG, Seite 26: Porträt © Oldenburgische IHK, Seite 27: Porträt © Foto-Studio Effing, Gruppenfoto © IHK Osnabrück, Seite 28: © Daniel Gebauer, Seite 29: Porträt © Andreas Friedrich, rechts © Philipp Rademann, Seite 30: © photocopy, Seite 31: © shutterstock.com / Peter Kotoff (Montage © Anne Ries)

Die IHKN-Tourismusanmeldungen sind auch auf Facebook und versorgen Sie mit aktuellen Aktivitäten, Positionen und Informationen aus den niedersächsischen IHKs zum Thema Tourismus.



Besuchen Sie uns doch auch hier mal
www.facebook.com/ihkntourismusanmeldungen



.....

IHK NIEDERSACHSEN (IHK N)
Hinüberstraße 16-18
30175 Hannover
Telefon: 0511 33708-76
E-Mail: info@ihk-n.de

**TOURISMUS
NACHRICHTEN**

.....

IHK N-MITGLIEDER

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

IHK HANNOVER
Schiffgraben 49
30175 Hannover
Telefon: 0511 3107-0
E-Mail: info@hannover.ihk.de

IHK LÜNEBURG-WOLFSBURG
Am Sande 1
21335 Lüneburg
Telefon: 04131 742-0
E-Mail: service@lueneburg.ihk.de

OLDENBURGISCHE IHK
Moslestraße 6
26122 Oldenburg
Telefon: 0441 2220-0
E-Mail: info@oldenburg.ihk.de

IHK OSNABRÜCK-EMSLAND-GRAFSCHAFT BENTHEIM
Neuer Graben 38
49074 Osnabrück
Telefon: 0541 353-0
E-Mail: ihk@osnabrueck.ihk.de

IHK FÜR OSTFRIESLAND UND PAPENBURG
Ringstraße 4
26721 Emden
Telefon: 04921 8901-0
E-Mail: info@emden.ihk.de

IHK STADE FÜR DEN ELBE-WESER-RAUM
Am Schäferstieg 2
21680 Stade
Telefon: 04141 524-0
E-Mail: info@stade.ihk.de

.....



IHK Niedersachsen
Landesarbeitsgemeinschaft

WWW.IHK-N.DE/TOURISMUSNACHRICHTEN