

# TOURISMUS NACHRICHTEN

IHK-N-TOURISMUSNACHRICHTEN

FRÜHJAHR 2021

Interview

**GASTRONOM MARKUS  
QUADT GIBT VOLLGAS**

Zahlen und Fakten

**GROSSE EINBRÜCHE  
DURCH CORONA**

Internationalisierung

**METROPOLREGION HAMBURG  
STARTET PROJEKT**

**URBAN.  
KANTIG.  
ECHT.**

Wilhelmshaven stellt sich vor



**IHK**

**Niedersachsen**

Landesarbeitsgemeinschaft

# Inhalt

Frühjahr  
2021

## AKTUELL SEITE 4

- 5 NORDSEE TOURISMUSTAG**  
Entwicklung des Tourismus  
im Fokus

## NACHGEFRAGT SEITE 6

- 6 NACHGEFRAGT**  
Gastronom Markus Quadt  
im Interview



- 8 METROPOLREGION HAMBURG**  
Logbuch International

- 9 ÜBERN TELLERRAND**

## ZAHLEN & FAKTEN AB SEITE 10

- 10 ÜBERNACHTUNGEN 2020**  
Regionen und Unterschiede

## NEUES VON DER TMN SEITE 12

- 12 NIEDERSACHSEN HUB**

- 12 MARKTFORSCHUNG**

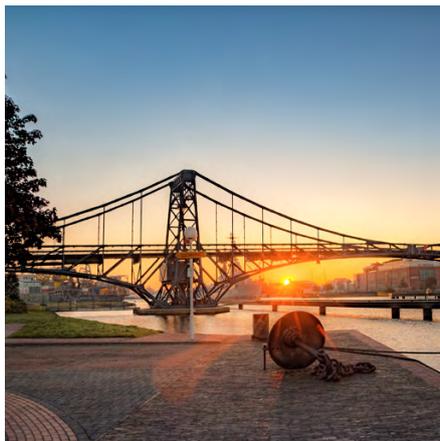
- 12 DEUTSCHLAND PER RAD ENTDECKEN**

## Q-NEWS SEITE 13

- 13 SEMINARTERMINE**

## RUNDREISE AB SEITE 14

- 14 WILHELMSHAVEN**  
Urban. Kantig. Echt.



## IHR GUTES RECHT SEITE 17

- 17 DIGITALER MELDESCHIN**

- 17 INSOLVENZSICHERUNG  
FÜR REISEVERANSTALTER**



## IHK REGIONAL AB SEITE 18

- 19 BRAUNSCHWEIG**

- 20 HANNOVER**

- 21 LÜNEBURG-WOLFSBURG**

- 22 OLDENBURG**

- 23 OSNABRÜCK-EMSLAND-  
GRAFSCHAFT BENTHEIM**

- 24 OSTFRIESLAND UND PAPENBURG**

- 25 STADE FÜR DEN ELBE-WESER-RAUM**

## AUSBLICK SEITE 26

- 26 IMPRESSUM**

NIEDERSACHSEN



## Tourismus nach Corona – oder trotz Corona?



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

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

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

Als vor gut einem Jahr die Corona-Pandemie mit voller Kraft über uns hinweg rollte, ging die Tourismusbranche von Einschränkungen aus, die im Laufe des Jahres immer weiter gelockert werden könnten. Zunächst sah es auch ganz danach aus: Der 5-Stufen-Plan konnte zwar nicht verhindern, dass die Ostersaison ausfallen musste. Aber letzten Endes verlief die Sommersaison dann wieder richtig gut – mit sorgsam umgesetzten Hygienekonzepten und ohne große Einschränkungen. Das und das gute Wetter hat vielen Betrieben geholfen, die Umsatzrückgänge im letzten Jahr einzudämmen.

Damals hegten wir alle die Hoffnung, dass mit dem Jahr 2021 ein Neustart im Tourismus möglich ist – nach Überwindung der Pandemie und ohne Corona. Doch es scheint, so dass Deutschland im vergangenen Jahr wertvolle Zeit ungenutzt verstreichen ließ, um sich besser gegen die Auswirkungen der Pandemie zu wappnen. Auch in 2021 wird es keinen „Tourismus nach Corona“ geben – vielmehr müssen wir davon ausgehen, dass wir in unserem Land noch länger mit Corona leben müssen. Eine Null-Covid-Strategie bleibt unrealistisch.

Umso mehr kommt es darauf an, jetzt die Rahmenbedingungen so zu setzen, dass Tourismus trotz Corona möglich wird. Die Branche hat dazu klare Zusagen und Vorschläge gemacht. Selbstverständlich ist, dass die Hygieneregeln gewissenhaft umgesetzt werden – aufbauend auf die guten Erfahrungen aus dem letzten Jahr. Darüber hinaus kommt

aber auch den vermehrt zur Verfügung stehenden Schnelltests eine große Bedeutung für einen sichereren Tourismus zu. Wichtig ist weiterhin, dass die Impfungen vorange-trieben werden – die Einbindung der Hausärzte ab April eröffnet auch hier neue Perspektiven.

Und nicht zuletzt können digitale Tools dafür sorgen, dass wir uns alle im Urlaub sicherer fühlen können. Ob das nun die Luca-App ist oder eine andere technische Lösung: auch hier muss jetzt zügig gehandelt werden, damit Deutschland die daraus erwachsenden Chancen durch einfache Anmeldung, Registrierung und Nachverfolgung im Infektionsfall nutzen kann.

Wir brauchen erste Lockerungen zu Ostern. Ohne nennenswerte Umsätze zu Ostern werden noch mehr Betriebe aufgeben müssen, die dem Tourismus dann später fehlen. Während ich diese Zeilen schreibe, zitiert der NDR Niedersachsens Wirtschaftsminister Althuis-mann mit den Worten „es ist für die Niedersachsen kaum erklärbar, dass sie jetzt nach Mallorca fliegen, aber nicht im eigenen Land reisen können“. In der Tat, Herr Minister – und der Ball für die zu treffenden Entscheidungen liegt im Spielfeld der Politik.

Ihr  
Arno Ulrichs  
Sprecher Federführung  
Tourismus der IHKN

# Aktuell



## SAVE THE DATE TOURISMUSTAG NIEDERSACHSEN



Am 25. und 26. November 2021 lädt die IHK Niedersachsen zu ihrem zweijährig stattfindenden Tourismustag Niedersachsen ein. Gemeinsam mit weiteren Partnern wird derzeit an einem interessanten Programm rund um das Thema Neustart und Zukunft gebastelt. Merken Sie sich den Termin schon einmal vor.

Weitere Informationen gibt es bald unter  
[www.tourismustag-niedersachsen.de](http://www.tourismustag-niedersachsen.de)

# NORDSEE TOURISMUSTAG

Im Februar haben der Tourismusverband Nordsee e.V. und Die Nordsee GmbH zum jährlichen Nordsee Tourismustag eingeladen. Corona-bedingt fand die Veranstaltung in diesem Jahr nicht in Wilhelmshaven sondern online statt. Vormittags standen die Fragen im Vordergrund, welche Chancen und Herausforderungen die Krise mit sich bringt und wie sich der Nordsee-Tourismus weiterentwickelt. Digitalisierungsstand der touristischen Anbieter und die digitale Besucherlenkung sind nur einige Themen, die besprochen wurden.

Am Nachmittag ging es um die Tourismusagentur Nordsee (Tano), die in diesem Jahr gegründet werden soll. Cornelius Obier, PROJECT M GmbH, und Sven Ambrosy, Vorsitzender des Tourismusverbands Nordsee e.V., stellten den aktuellen Planungsstand vor und standen den Teilnehmern Rede und Antwort. Im Frühjahr sind weitere Gespräche mit Stakeholdern und Unternehmern geplant.

Weitere Informationen und die Präsentationen zum Download unter  
<http://tourismusverband-nordsee.de/nordsee-tourismustag-2021>

Wie sich der Nordsee-Tourismus weiterentwickelt, war Thema beim Nordsee Tourismustag.



## RADNETZ DEUTSCHLAND: ANTRAGSPHASE GESTARTET

Zum 1. März 2021 hat das Bundesministerium für Verkehr und digitale Infrastruktur (BMVI) das Förderprogramm zur Weiterentwicklung des Radnetzes Deutschland gestartet. Der Bund unterstützt die Länder und Kommunen beim Ausbau und der Erweiterung des „Radnetzes Deutschland“ zu einem sicheren, lückenlosen und attraktiven Radnetz mit dem Ziel, dessen Qualität und Bekanntheit zu steigern. Insgesamt stehen für die drei Schwerpunkte Infrastruktur, Marketing sowie Digitalisierung des Radnetzes Deutschland bis Ende 2023 bis zu 45 Millionen Euro zur Verfügung.

Die Förderung des Radnetzes Deutschland ist Bestandteil des Klimaschutzprogramms 2030 der Bundesregierung und soll einen Anreiz zur CO<sub>2</sub>-Emissionsminderung bieten sowie zur nachhaltigen Gestaltung einer umwelt- und menschengerechten Mobilität beitragen. Das Bundesamt für Güterverkehr (BAG) ist mit der Abwicklung des Förderprogramms beauftragt und hat umfangreiche Informationen zur Antragsstellung sowie die Antragsformulare bereitgestellt.

[www.bag.bund.de](http://www.bag.bund.de)

## NACHGEFRAGT

# MIT VOLLGAS AUS DER KRISE

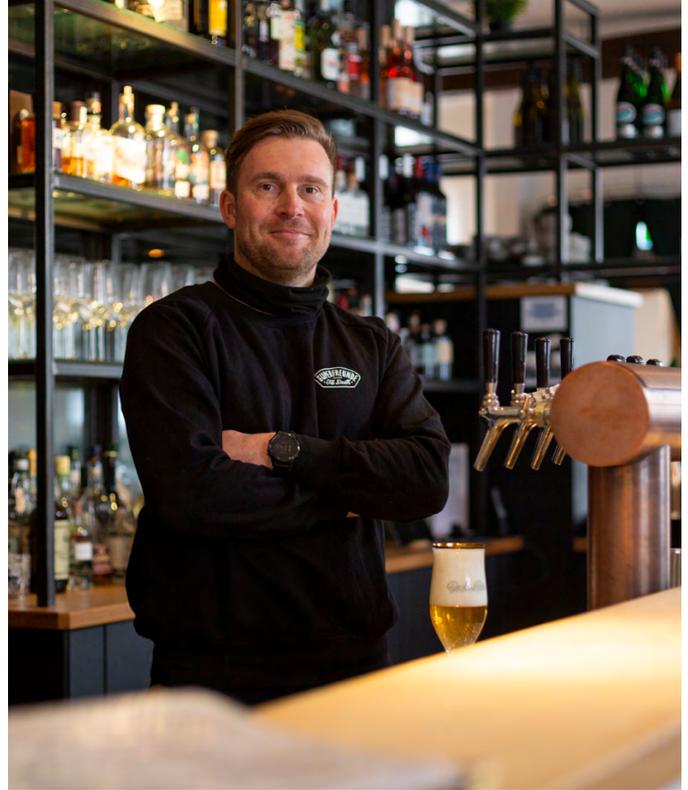
Markus Quadt hat schon viel gemacht. Nur an Aufgaben hat er nie gedacht. Angefangen hat der studierte Kaufmann mit einem Cocktail-Service, dann Partys organisiert, einen eigenen Club aufgemacht und nun hat er neben der Alten Posthalterei in Lingen auch noch das Restaurant Sieben und die Butchers Bar. Für seine Ideen in der Corona-Krise ist sein Unternehmen Ende letzten Jahres mit dem Mutmacha!-Preis ausgezeichnet worden. Grund genug für die Tourismusnachrichten, einmal nachzufragen.

**Tourismusnachrichten:** Corona beschäftigt uns nun schon über ein Jahr. Was haben Sie gedacht, als der erste Lockdown angekündigt wurde?

*Markus Quadt:* Warum bin ich nur selbstständig? Nee.. (lacht). Ich hab als erstes an meine Familie gedacht und mich gefragt, wie es jetzt weitergeht. Und als zweites an die Mitarbeiter. Nach ein, zwei Tagen hab ich dann umgeschaltet. Jetzt hab ich sowohl mit meiner Familie als auch mit meinen Mitarbeitern gesprochen, jetzt muss ich Gas geben. Nutz ja nix. Es gibt Situationen, die sind wie sie sind und dann muss man das Beste daraus machen.

**Tourismusnachrichten:** Wie haben Sie sich in der Pandemie neu aufgestellt?

*Markus Quadt:* In der Alten Posthalterei haben wir rund 150 Bierarten und bieten regelmäßig Bierproben an. Auf dem Weg zum ersten Krisenmeeting mit unseren 23 Festangestellten bekam ich eine Mail von einem Gast, der fragte, ob wir die am Wochenende geplante Bierprobe nicht online machen könnten. Er holt das Bier ab und wir schalten uns live dazu. Wir haben das besprochen und uns überlegt, wenn wir das für fünf Leute machen können, dann können wir das auch gleich für 30 anbieten und zumindest das Lager einmal leer kriegen. Das haben wir Dienstagmorgen entschieden und nachmittags ein Video auf Facebook gestellt. An



„Einen Tag kann man mal ein Bier trinken und sagen: wie Scheiße ist das denn. Aber dann muss man auch machen.“

der Bierprobe am darauffolgenden Samstag haben dann über 250 Leute teilgenommen. So hat das angefangen.

Viele Anfragen kamen auch von außerhalb. Darum haben wir innerhalb von zehn Tagen einen Online-Shop eingerichtet und das Bier deutschlandweit verschickt. Wir hatten bei den ersten zehn Bierproben im Lockdown über 10.000 Teilnehmer à 8 Flaschen Bier. Im Mai hatten wir sogar die größte Bierprobe der Welt mit ca. 1.900 Teilnehmern. Laut Guinnessbuch fand die größte Bierprobe bisher mit 1.300 Teilnehmern in London statt.

So sind wir gut durch den ersten Lockdown gekommen, wir mussten niemandem kündigen und alle sind an Bord geblieben.

**Tourismusnachrichten:** Und nach dem Lockdown?

*Markus Quadt:* In der Öffnungszeit haben wir versucht, ganz viele andere Sachen anzubieten und zu entwickeln. Wir haben beispielsweise zusammen mit befreundeten Gastronomen eine Fahrradtour organisiert. Es bringt uns allen am meisten, wenn wir gemeinsam auftreten. Start und Ziel war bei uns, die Route ging dann entlang verschiedener Häuser und bei jedem haben die Teilnehmer etwas anderes erhalten: Kaffee und Kuchen, eine Suppe, ein Bier etc.

Wir haben auch unser Bierfest coronakonform durchgeführt. Die Lingener Bier Kultur findet immer im September statt, mit normalerweise rund 4.000 Besuchern. Schlüssel des Bierfestes ist, dass die Leute nah beim Brauer sind und sich ihr Bier direkt dort holen. Nun mussten die Gäste aber feste Sitzplätze haben. Statt abzusagen haben wir das Konzept überarbeitet. Wenn die Gäste nicht zu den Brauern können, müssen die Brauer eben zu den Gästen kommen. Wir haben also vier Biergärten aufgebaut, sternförmig, mit einer Art Karussell in der Mitte, wo 12 Brauer ihr Bier angeboten haben. Alle Dreiviertelstunde wurden die Brauer in die nächste Ecke gedreht. Das war ein großer Erfolg mit 1.000 Leuten und es gab keine Infektion, keine Beschwerde, nichts.

**Tourismusknachrichten:** Und für all das Engagement in der Krise wurden Sie Ende letzten Jahres vom Leaders Club mit dem Mutmachapreis ausgezeichnet und werden nun in einem Satz mit Tim Mälzer genannt.

**Markus Quadt:** Wir freuen uns total über diese Auszeichnung! Ein Preis ging nach Berlin, einer nach Hamburg, einer nach Frankfurt und einer nach Lingen. Total verrückt. Das ginge aber nicht ohne mein Team. Wenn ich irgendein Talent habe, dann gute Leute um mich zu versammeln. Ich gebe vielleicht die Richtung vor, aber auch nur weil ich so viele Leute hinter mir habe, die mich anschieben.

Mein großes Ziel im Moment ist, Stunden für die Mitarbeiter zu schaffen. In der Gastronomie fallen viele in der Kurzarbeit ja nicht auf 60 Prozent zurück, sondern auf 40, weil das Trinkgeld fehlt. Wir können jetzt seit fünf Monaten am Stück einem Festangestellten einmal 100 Euro extra zahlen als Corona-Zuschuss. Im Moment sieht es ganz ok aus, die meisten sind so bei 80 Prozent von ihrem Vor-Corona-Lohn. Nicht cool, aber machbar.

**Tourismusknachrichten:** Im zweiten Lockdown haben Sie das Angebot ausgebaut und professionalisiert. Sie bieten regionale Specials an und es gibt mittlerweile auch Essen in Restaurant-Qualität zum Abholen. Wie geht es „nach Corona“ (oder mit Corona?) weiter?

**Markus Quadt:** Mit Vollgas! Wir haben gerade den Pachtvertrag in der Alten Posthalterei um zehn Jahre verlängert, werden im Juli groß umbauen und erneuern, und zwei weitere Festangestellte einstellen. Wir überlegen im Moment sogar, gemeinsam mit der Stadt touristische Touren anzubieten und ein Komplettpaket für unser Bierproben-Publikum zu schnüren. Wir wollen den Schwung von den Bierproben mitnehmen.



Rund 150 Biersorten gibt es in der Alten Posthalterei in Lingen.



## TOURISMUSBRANCHE IN DER METROPOLREGION HAMBURG

# CHANCEN NUTZEN – INTERNATIONALISIERUNG STARTEN

In der Metropolregion Hamburg wird gelebt und gearbeitet, Spitzentechnologie entwickelt und durchs Grüne geradelt. Die Region umfasst 17 Kreise und Landkreise, drei kreisfreie Städte sowie die Stadt Hamburg. Sie erstreckt sich auf knapp 28.500 Quadratkilometer und ist damit fast so groß wie Belgien. Die Bevölkerungszahl umfasst gut 5,4 Millionen Menschen – etwas mehr als die Einwohnerzahl von Norwegen.

Die Metropolregion Hamburg ist eine Kooperation, in der Mitglieder länderübergreifend auf allen Ebenen von Politik, Wirtschaft und Verwaltung zusammenarbeiten. Ihr übergeordnetes Ziel ist, die internationale Wettbewerbsfähigkeit in Wirtschaft, Forschung und Kultur kontinuierlich zu steigern. Dabei ist die Tourismuswirtschaft eine zentrale Branche, die auf viele andere Bereiche ausstrahlt.

In dem regionsweiten Projekt „Gemeinsam International“ sollen nun ausländische Gäste für mehr Wachstum im Tourismus sorgen. Auch wenn der Tourismus gerade eine Corona-bedingte Pause einlegen muss, sei es gerade jetzt wichtig, für Motivation und Inspiration für zukünftige Reisen zu sorgen. Diese Qualitätsoffensive soll die Branche fit für die Wünsche ausländischer Gäste machen. Im Projekt engagieren sich 30 Tourismusorganisationen, Landkreise, Wirtschaftsförderer, Städte und Kammern, um Qualifizierung und Kompetenz der Unternehmen der Tourismusbranche zu fördern. In Niedersachsen sind das insbesondere die zwei Industrie- und Handelskammern Lüneburg-Wolfsburg und IHK Stade für den Elbe-Weser-Raum.

Das Projekt greift dabei die Empfehlung des OECD-Gutachtens zur wirtschaftlichen Entwicklung der Metropolregion Hamburg auf, Kooperationschancen und Synergieeffekte zu nutzen, um die erforderliche Internationalisierung gemeinsam voranzutreiben. Die kostenfreie Online-Wissensplattform „Logbuch International“ liefert hierfür die Grundlagen mit Marktinformationen,

Hintergrundwissen, praktischen Tipps, Checklisten und Leitfäden. Modular aufgebaute Trainings und zwölf Touren mit einem Wissensbus bieten ein umfassendes Qualifizierungsangebot und Möglichkeiten zur Vernetzung. Ein als Selbsttest angelegter „Qualitätscheck“ ist bereits online, die Sprachtrainings starten im April, die Wissensbustouren im Herbst und die Q-Coaching-Seminare im November. Termine sind im Veranstaltungskalender der Plattform zu finden.

Touristische Unternehmen aus Hotellerie, Gastronomie, Freizeiteinrichtungen, Tourist-Informationen und Einzelhandel, die bereits nach internationalem Qualitätsstandard arbeiten oder diese im Rahmen des Projektes entwickeln, erhalten durch das Projekt die Möglichkeit, sich in den nächsten beiden Jahren kostenlos an internationalen Marketingkampagnen zu beteiligen.

Das Projekt läuft über drei Jahre und hat ein Finanzvolumen von über einer Million Euro. Davon werden 80 Prozent durch die Förderfonds der Länder Hamburg, Mecklenburg-Vorpommern, Niedersachsen und Schleswig-Holstein getragen. Die Metropolregion fördert seit über 50 Jahren Maßnahmen, die einen Beitrag zur Entwicklung der Region leisten. Die Förderfonds sind das wichtigste Finanzierungsinstrument der regionalen Zusammenarbeit. Dafür stehen jährlich insgesamt 2,7 Millionen Euro zur Verfügung.

Weitere Informationen unter:

[metropolregion.hamburg.de/gemeinsam-international/](https://metropolregion.hamburg.de/gemeinsam-international/)  
 oder bei Ihrer IHK Lüneburg-Wolfsburg bzw.  
 IHK Stade für den Elbe-Weser-Raum.

Online-Wissensplattform:

[www.logbuchinternational.de](https://www.logbuchinternational.de)



Der Münsterland e.V. hat es sich zur Aufgabe gemacht, Gästen ein besonderes Erlebnis zu bieten und Leistungsträger dabei zu unterstützen, zusätzlichen Umsatz zu generieren. So half der Verband Gastronomen dabei, **neue Picknickangebote** zu schaffen. Die Aktion passt wegen der Möglichkeit, im Freien viel Abstand zu halten, perfekt in die Corona-Zeit, zahlt zudem aber auch auf die Markenstrategie des Münsterlands ein, das Picknick als Lebensgefühl in der Region etablieren möchte.

Das Außer-Haus-Geschäft ist das einzige, was vielen Gastronomen derzeit bleibt, um überhaupt Einnahmen zu generieren. Eine besondere Variante ist der **Maultaschen-Drive-in**, der die Region um Tiefenbronn begeistert. Nur Maultaschen, nichts anderes, gibt es beim Hotel-Restaurant Ochsen Post zu kaufen. Auf dem eigenen Parkplatz werden sie aus einer kleinen Holzbude heraus in Form handlicher Sticks und mit hausgemachtem Kartoffelsalat sowie reichlich Sauce serviert.



Das Museum Burg Linn und das Deutsche Textilmuseum Krefeld luden Besucher im November einen Tag lang in ihr **Pop-up-Drive-In-Museum** ein. Dafür erarbeiteten sie eine ausschließlich für Autos ausgelegte Route, an der Besucher verschiedene Exponate unter freiem Himmel entdecken konnten. So war ein kontaktfreier Besuch möglich.

Der Tourismus NRW setzt auf virtuelle Reisen. Unter **www.dein-nrw.de** geht es in UNESCO-Welterbestätten, Museen, Schlösser, unter Tage oder in die Natur. Dazu bringt die Seite Musiker und besondere Musikmomente in die heimischen vier Wände und sorgt dafür, dass zuhause niemand auf regionale Köstlichkeiten aus NRW verzichten muss.



Eine ganz besondere Botschaft zum Valentinstag gab es aus Wien: Eine Liebeserklärung an die fehlenden Gäste. Die Stadt hofft, dass die Fernbeziehung bald vorbei ist und gibt einen Vorgeschmack auf ein zukünftiges Wiedersehen – in Form eines Videos, das die Gäste einen Tag in Begleitung die Stadt erleben lässt. Zum virtuellen Spaziergang durch das romantische Wien geht es **hier**.



Zeitvertreib und Stadtkunde: Bochum Marketing entwickelte gemeinsam mit einem Escape-Room-Anbieter ein interaktives Stadträtsel mit dem Titel **„Auf der Suche nach der goldenen Currywurst“**. Ursprünglich als Gewinnspiel angelegt, stehen die Aufgaben und Lösungen weiterhin online und können Rätselfreunde sich auch in Zukunft auf die Suche nach der goldenen Currywurst begeben.

2020

# Zahlen und Fakten

-34,7%

**OSTFRIESISCHE INSELN**  
3.765.011 ÜBERNACHTUNGEN

-25,0%

**NORDSEEKÜSTE**  
6.379.170 ÜBERNACHTUNGEN

-30,9%

**OSTFRIESLAND**  
1.263.466 ÜBERNACHTUNGEN

-36,1%

**OLDENBURGER MÜNSTERLAND**  
548.149 ÜBERNACHTUNGEN

-36,3%

**OLDENBURGER LAND**  
522.433 ÜBERNACHTUNGEN

-39,4%

**MITTELWESER**  
573.322 ÜBERNACHTUNGEN

-36,1%

**GRAFSCHAFT  
BENTHEIM-EMSLAND-  
OSNABRÜCKER LAND**  
3.402.566 ÜBERNACHTUNGEN

-49,8%

**HANNOVER-HILDESHEIM**  
2.485.980 ÜBERNACHTUNGEN

-37,0%

**WESERBERGLAND-SÜDNIEDERSACHSEN**  
1.740.678 ÜBERNACHTUNGEN

## NEGATIV-REKORD

Nach sechs Rekordjahren in Folge, in denen die Übernachtungszahlen in Niedersachsen stetig anstiegen, muss die Branche für 2020 einen Rückgang von 35 Prozent auf 30 Mio. Übernachtungen verbuchen. Bei den Gästekünften sind es sogar 43 Prozent weniger als im Vorjahr. Da die Verluste in anderen Bundesländern noch höher ausfallen, zieht Niedersachsen im bundesweiten Ranking auf den dritten Platz an Nordrhein-Westfalen vorbei.

-34,0%

**UNTERELBE-UNTERWESER**  
666.681 ÜBERNACHTUNGEN

-30,2%

**LÜNEBURGER HEIDE**  
4.772.710 ÜBERNACHTUNGEN

-51,0%

**BRAUNSCHWEIGER  
LAND**  
956.999 ÜBERNACHTUNGEN

-36,6%

**HARZ**  
2.959.312  
ÜBERNACHTUNGEN

## UNTERSCHIEDE

Campingplätze kamen mit einem Minus von „nur“ 12 Prozent dabei am besten weg. Ein Blick auf die Regionen zeigt, dass das Braunschweiger Land mit -51 Prozent den größten Rückgang, die Nordseeküste mit -25 Prozent dagegen die geringsten Einbußen zu verzeichnen hatte.

## DEUTSCHLANDWEIT

Nach Berechnungen des dwif im Corona-Kompass vom Februar beläuft sich der Umsatzausfall in den Destinationen in Deutschland für den Zeitraum März bis Dezember 2020 auf 68,7 Mrd. Euro. Der Tages- und der Übernachtungstourismus sind davon fast gleichermaßen betroffen.

Umfrage

## SAISONUMFRAGE TOURISMUS MACHEN SIE MIT!

Zweimal im Jahr führt die IHKN eine Umfrage zur aktuellen Geschäftslage und Herausforderungen in der Tourismusbranche durch. Die Ergebnisse stoßen bei Politik, Behörden und der Presse regelmäßig auf eine große Resonanz. Je mehr Teilnehmer, desto verlässlicher die Ergebnisse – machen Sie mit!

Anmeldung unter [www.ihk-emen.de](http://www.ihk-emen.de) Dok.-Nr. 4686706.

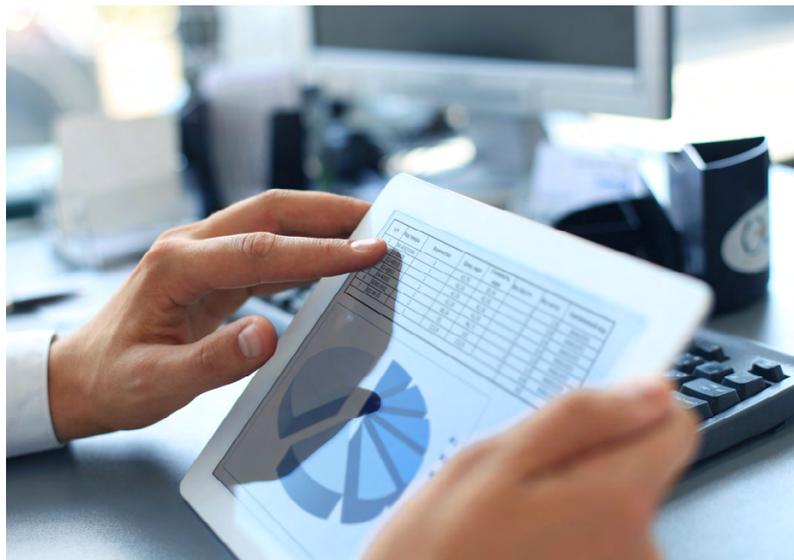
## NEUES VON DER TMN

### WISSENSVERMITTLUNG ZUM NIEDERSACHSEN HUB

Die Einführung eines Daten-Hubs ist ein komplexes Vorhaben, mit dem unterschiedliche Themen verbunden sind. Schlagworte, die häufig im Kontext genannt werden, sind: Künstliche Intelligenz, Open Data, Creative Commons, Headless Web oder Knowledge Graph und einige mehr. Dazu kommen gewisse Anforderungen, um eine möglichst hohe Datenqualität erreichen zu können sowie die Notwendigkeit einer strukturierten Aufbereitung der Daten. Um den touristischen Akteuren hier Unterstützung zu bieten, erarbeitet die TMN ein umfassendes Weiterbildungs- und Nachschlagewerk. Dazu gehören Fachvorträge ebenso wie ein Content-Guide, der als Leitfaden für die Erstellung von zielgruppenorientiertem Content dient. Als dritte Komponente der Informationsweitergabe werden zur Visualisierung der Datenpflege in Zusammenarbeit mit Teejit kleinteilige Screencasts produziert.

#### OPEN DATA UND DATENQUALITÄT

Unter <https://nds.tourismusnetzwerk.info/2021/01/29/open-data-und-datenqualitaet/> gibt es hilfreiche Informationen rund um das Thema Datenqualität. Auf welchen Ebenen werden welche Anforderungen gestellt? Wer muss an welcher Stelle was beachten? Diese Fragen beantwortet die Übersicht anhand schematischer Darstellungen. Ziel ist, dass die Daten einheitlich gepflegt werden, deren Lizenzierung klar geregelt ist und die Daten so untereinander vergleichbar und verknüpfbar sind. Neben der konsequenten Berücksichtigung der Qualitätsvorgaben ist es auch möglich, unterschiedliche Datenmodelle mit dem des Niedersachsen Hubs zu harmonisieren. Dieser technische Prozess (Mapping) bietet den Vorteil, dass bestehende Datenbanken weitergepflegt und dennoch in den Niedersachsen Hub integriert werden können.



#### NEUE RUBRIK

### „AKTUELLES AUS DER MARKTFORSCHUNG“

Um die Touristiker und Touristikerinnen in Niedersachsen zu den wichtigsten touristischen Studien auf dem Laufenden zu halten, wird es zukünftig im Marktforschungsbereich des Tourismusnetzwerks Niedersachsen eine neue Rubrik geben. Dort informiert die TMN alle Interessierten über aktuell veröffentlichte Tourismusstudien und spannende Erkenntnisse rund um Marktforschungsthemen. Neben einem kurzen Anriss, worum es in der jeweiligen Studie geht, stehen zudem entsprechende Verlinkungen für weiterführende Detailinformationen zur Verfügung.

<https://nds.tourismusnetzwerk.info/inhalte/marktforschung/aktuelles-aus-der-marktforschung/>

#### NIEDERSACHSEN PRÄSENTIERT SICH IM MAGAZIN

### „DEUTSCHLAND PER RAD ENTDECKEN“

Der Allgemeine Deutsche Fahrrad Club (ADFC) legt das Leitmagazin für Radurlauber „Deutschland per Rad entdecken“ (DpR) neu auf. Niedersachsen präsentiert sich als eines von vier Bundesländern in der Print-Ausgabe, die zweijährlich erscheint. Das Reise-land Niedersachsen ist mit 34 Radfernwegen, davon drei zertifizierte ADFC-Qualitätsrouten, und zwei ADFC-RadReiseRegionen sowie aktuell 638 Bed+Bike-Betrieben ein Traumziel für einen aktiven Radurlaub. Die zwei MTB-Regionen runden das abwechslungsreiche Angebot ab. Die Vorstellung der Top-Routen und Regionen sowie weiterer Highlights in der „Deutschland per Rad entdecken“ soll sowohl erfahrene Radurlauber als auch Neulinge



inspirieren, ihren nächsten Radurlaub in Niedersachsen zu verbringen. Zudem informiert die TMN über Möglichkeiten zur Routenplanung über den Radroutenplaner und die Rad-Navi App der TMN.

## VIRTUELLER AUSTAUSCH MIT 100 Q-BETRIEBEN AN DREI TERMINEN

Beim digitalen Frühstück mit über 100 Teilnehmerinnen und Teilnehmern an drei Terminen haben wir uns über mögliche Service-Ideen, Q-Maßnahmen und Aktionen zur Kundenbindung in Zeiten von Corona & Co. wie auch zum Re-Start des Tourismus ausgetauscht. Konkrete Ideen zur möglichen Gestaltung zukünftiger Kontakte mit den Kunden wurden in virtuellen Gruppen entwickelt. Die Q-Servicekette mit ihren drei Phasen „vor der Reise“, „vor Ort“ und „nach der Reise“ diente als Diskussionsgrundlage. Herausgekommen ist ein buntes Bild mit Serviceideen.

## Q-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 und Ideen für die Umsetzung der Servicequalität in Ihrem Betrieb sammeln. Tauschen Sie sich mit anderen Betrieben aus und entwickeln Sie individuelle Maßnahmen und Ansätze zur Verbesserung Ihrer betrieblichen Strukturen. Im Workshop erhalten Sie neue Anregungen und Ideen im Bereich Servicequalität und erarbeiten Maßnahmen zur Umsetzung in Ihrem Betrieb.

## EXCLUSIVE Q-SEMINARE

Sie können exklusiv für Ihren Betrieb ein Q-Seminar mit einem unserer Q-Dozenten buchen. Damit sind Sie in der Seminargestaltung flexibler und können Termin und Inhalte nach Ihrem Bedarf anpassen. Alle Teilnehmer (mind. 8 und max. 20) werden zum Q-Coach qualifiziert. Das heißt, Sie sparen Zeit und Kosten für die Sensibilisierung Ihres Teams zum Thema „Servicequalität“.

## DAS NEUE Q-ONLINE-SEMINAR

Guter Service macht erfolgreich. Das ist nicht neu. In Zeiten boomender Bewertungsportale kommt das Thema nur noch heißer auf den Tisch als vorher. Schlechter Service führt zu schlechten Kundenbewertungen. Diese sind heute digital für jeden sichtbar. Umsatzverluste folgen. Aber soweit muss es nicht kommen. ServiceQualität Deutschland unterstützt kleine und mittelständische Betriebe bereits seit 2001 bei der Verbesserung der Servicequalität.

All unsere Erfahrungen mit Präsenz- und virtuellen Veranstaltungen haben wir für Sie in die neue Online-Version unseres bewährten Q-Seminars gesteckt. In einem abwechslungsreichen Mix aus Training, Workshop, Austausch und „Hausaufgaben“ qualifizieren sich die Teilnehmenden in vier Modulen als Q-Coach, der dazu berechtigt ist, sein Unternehmen zur Q-Zertifizierung zu führen. Im Q-Seminar erhalten sie das Know- und Do-How, Teams in der betrieblichen Qualitätsentwicklung zu begleiten.

### Sie lernen ...

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

## ANSTEHENDE SEMINARTERMINE:

- Ausbildung zum Qualitäts-Experten  
Q-Online-Seminar  
19.04. / 26.04. / 03.05. / 17.05.2021
- Auffrischungsseminar  
für Qualitäts-Experten  
Q-Online-Seminar  
23.04.2021
- Q-Online-Aktiv:  
Erfolgsfaktor Feedback  
18.01. / 05.02.2021
- Ausbildung zum Qualitäts-Experten  
AKADEMIEHOTEL RASTEDE  
05.05. / 06.05.2021
- Ausbildung zum Qualitäts-Experten  
Q-Online-Seminar  
07.06. / 10.06. / 11.06. / 25.06.2021
- Auffrischungsseminar  
für Qualitäts-Experten  
Handelshaus Hannover  
16.06.2021
- Q-Ideenworkshop  
Hannover  
08.07.2021

Anmeldung unter  
[www.q-deutschland.de](http://www.q-deutschland.de)

## MEHR INFORMATIONEN

TourismusMarketing Niedersachsen GmbH  
Romina Fischhöfer  
Telefon: 0511 270488-24  
E-Mail: [qualitaet@tourismusniedersachsen.de](mailto:qualitaet@tourismusniedersachsen.de)  
[www.q-deutschland.de](http://www.q-deutschland.de)



ServiceQualität  
DEUTSCHLAND

# Rundreise durch Niedersachsen

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



## WILHELMSHAVEN



# Wilhelmshaven – urban. kantig. echt.

Zwischen Marinegeschichte,  
urbanem Stadtleben  
und maritimen Charakter.

Wilhelmshaven liegt an der Nordwestküste des Jadebusens. Mit rund 78.000 Einwohnern ist die Stadt eines der Oberzentren in Niedersachsen und seit ihrer Gründung eng mit der Marine verbunden. Darüber hinaus hat sie aber noch so einiges mehr zu bieten.

Wilhelmshaven blickt auf eine lange Geschichte als Marinegarnison zurück. 1869 wurde hier der erste preußische Marinestützpunkt eingeweiht und die Stadt nach König Wilhelm I. benannt. Seine Spuren sind heute noch in der Stadt erkennbar. Sei es beim Gang durch die Straßenzüge der Südstadt oder beim Überqueren der imposanten Kaiser-Wilhelm-Brücke – die spannende Historie ist stets sicht- und spürbar. Traditionell sind hier auch heute noch die schwimmenden Einheiten der Bundeswehr stationiert.

## AUS TRADITION IM WANDEL

Auch wenn die Stadt eine recht junge Geschichte hat, merkt man ihr die Energie und Lust am Wandel an. Seit 1969 ist die Wilhelmshaven Touristik & Freizeit GmbH (WTF) für das touristische Marketing und die Organisation zahlreicher Veranstaltungen zuständig. In den vergangenen Jahren wurde das etwas „verstaubte“ Image umgekrempelt – mit Erfolg. Die WTF setzt darauf, die besonderen Kontraste und bunte Vielfalt der Stadt hervorzuheben. Das Augenmerk wird auf das „urbane“ Stadtleben, die „kantigen“ Ecken und „echten“ Nordseeerlebnisse gerichtet und mit konkreten Maßnahmen umgesetzt. Seit den Feierlichkeiten zum 150-jährigen Jubiläum ist ein neues Selbstbewusstsein in der Stadt erkennbar und seither zeigt der Kaiser-Emoji, dass auch gern mal mit einem humorvollen Zwinkern auf die Geschichte geschaut werden darf.

## KIEZ UND KULTUR

Die Südstadt verdeutlicht geradezu den Wandel in der Stadt. Im „Südstadt-Kiez“ finden sich viele kleine Cafés, Restaurants und individuelle Geschäfte. Aber auch der Hotelmarkt ist in Bewegung. So hat vor knapp zwei Jah-

ren das Boutique-Hotel „Fliegerdeich“ am Südstrand und im Juni 2020 das B&B-Hotel am Hafen eröffnet. Die stetig wachsenden Gästezahlen mit durchschnittlich 350.000 Übernachtungen pro Jahr bestätigen den positiven Trend. Weitere Hotelprojekte sollen folgen.

Wilhelmshaven kann mit einer großen Veranstaltungsdichte aufwarten. Das Pumpwerk zählt zu den führenden Kulturzentren im deutschsprachigen Raum und Großveranstaltungen ziehen jährlich Besucher aus Nah und Fern an – allen voran das Stadt- und Hafenfest „Wochenende an der Jade“, das seit über 40 Jahren ein fester und beliebter Programmbestandteil ist, oder der „Wilhelmshaven Sailing-CUP“, die älteste Traditionsegler-Regatta an der deutschen Nordseeküste. Die inbegriffene Jugendregatta „Boarding Next Generation“ ist ein in Deutschland einmaliges Inklusionsprojekt.

Ein weiteres Highlight ist das „Internationale StreetArt-Festival“, das 2011 ins Leben gerufen wurde, sich in der weltweiten Straßenszenen schnell einen besonderen Ruf erworben hat und die Verleihung als „ausgezeichneter Ort im Land der Ideen“ erhielt. Straßenkunst findet sich seither auch immer häufiger im Stadtbild wieder. Zahlreiche Hausfassaden werden nach und nach von talentierten Künstlern mit bunten Wandgemälden verziert und verleihen der Stadt ein immer bunteres Erscheinungsbild.

## DEN „HAVEN“ IM HERZEN

Dass Wilhelmshaven vom Wasser geprägt ist, spiegelt sich in vielen Angeboten wieder: Die Erlebniswelten der „Maritimen Meile“, Hafenrundfahrten oder der Südstrand sind besondere Anziehungspunkte. Erst kürzlich wurde die Sanierung der beiden Museumsschiffe

beschlossen und am Bontekai sollen Treppen und Sitzmöglichkeiten eine ganze neue Aufenthaltsqualität schaffen, ergänzt durch weitere Angebote wie virtuelle Stadt- und Hafenerundfahrten. Finanziert werden die Maßnahmen größtenteils durch Fördergelder. „Wir freuen uns, dass der Hafenerbereich bald sehr viel attraktiver wird. Auch am Südstrand sind Neuerungen geplant. Die Strandkörbe werden ab dieser Saison online buchbar sein, das Angebot um zwei Rollstuhlstrandkörbe erweitert und auch die Themen Müllentsorgung und Beschilderung möchten wir zeitnah angehen“, sagt Benjamin Buserath, Abteilungsleiter Marketing/Touristik bei der WTF.

Viele der geplanten Maßnahmen sind Bestandteil eines Tourismuskonzeptes, das 2019 fertiggestellt wurde und nun sukzessive umgesetzt wird. Darüber hinaus befinden sich weitere Projekte in der Umsetzung. So wird derzeit die Ausstellung des JadeWeserPort-Infocenters modernisiert und auch das Wattenmeer Besucherzentrum eröffnet nach einer umfassenden Umbauphase im Sommer wieder seine Türen.

### MARKETING AUF ALLEN EBENEN

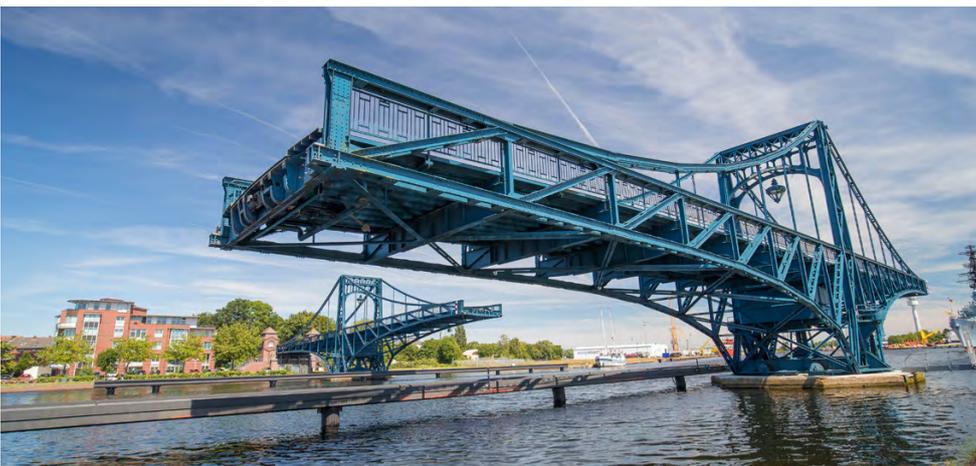
Die WTF setzt auf cross-mediale Marketingaktionen, welche sowohl Print- als auch Onlinemedien beinhalten. Dabei wird auch auf die Verknüpfung der Marketinginstrumente Wert gelegt. Sei es durch QR-Codes, Querverweise zu Online-Angeboten oder Darstellung von Instagram-Spots auf der Stadtkarte – dem Gast soll ein Mehrwert geboten werden. Auf Social Media ist die WTF sehr aktiv, bespielt dort mehrere Seiten und liefert den Gästen regelmäßig Informationen und Inspirationen. Zentrale Aufgabe ist auch der Austausch in Netzwerken. Die WTF ist Mitglied in verschiedenen Organisationen, wie der Tourismus-Marketing Niedersachsen GmbH, Ostfriesland Tourismus GmbH, Die Nordsee GmbH oder der Städtekooperation „aboutcities“. Zukünftig soll der Blick verstärkt auf digitale Angebote gelegt werden. „Wir möchten nicht nur Unterkünfte und Veranstaltungen, sondern möglichst alle Leistungen online anbieten. Im besten Fall soll der Gast seinen gesamten Urlaub schon im Vorfeld online zusammenstellen können“, sagt Buserath.



### KONTAKT

Benjamin Buserath  
Leitung Marketing / Touristik  
Wilhelmshaven Touristik & Freizeit GmbH  
Banter Deich 2, 26382 Wilhelmshaven  
Telefon: 04421 9279-30  
Mail: benjamin.buserath@  
wilhelmshaven-touristik.de  
[www.wilhelmshaven-touristik.de](http://www.wilhelmshaven-touristik.de)

Touristik & **WILHELMS  
HAVEN**  
Freizeit GmbH



Sie würden Ihre Destination gerne in einer der nächsten Ausgaben sehen? Dann melden Sie sich bei der Tourismusnachrichten-Redaktion unter [kerstin.kontny@emden.ihk.de](mailto:kerstin.kontny@emden.ihk.de)



IHR  
GUTES  
RECHT

## NIEDRIGER MEHRWERT- STEUERSATZ AUF SPEISEN BIS ENDE 2022

Im Februar wurde die Verlängerung der befristeten Mehrwertsteuerabsenkung auf Speisen in der Gastronomie beschlossen. Der ermäßigte Mehrwertsteuersatz für Restaurant- und Verpflegungsdienstleistungen gilt bis zum 31. Dezember 2022.

## INSOLVENZSICHERUNG FÜR REISEVERANSTALTER

Zum 1. Juli 2021 soll das neue System zur Insolvenzabsicherung für Reiseveranstalter an den Start gehen: Ein neu zu gründender Reisesicherungs fonds soll die bisherige Absicherung über Versicherer und Kreditinstitute ablösen. Das Zielkapital des Fonds soll 750 Mio. Euro betragen, die bis Ende 2026 erreicht sein sollen. Reiseanbieter sollen künftig ihre gesetzlich vorgeschriebene Absicherung und den Sicherungsschein für Pauschalreisen und verbundene Reiseleistungen nur noch über diesen Fonds beziehen können. Ausnahmen soll es nach dem vorliegenden Entwurf nur für kleine Anbieter geben, deren Umsatz mit solchen Reisen im Durchschnitt der letzten drei Jahre unterhalb von drei Millionen Euro liegt. Ebenfalls ausgenommen sind gelegentliche Vermittler verbundener Reiseleistungen, also typischerweise Reisebüros. Diese beiden Gruppen können wie bisher über individuelle Verträge mit einem Versicherer oder Kreditinstitut ihren Absicherungspflichten nachkommen.

Der Fonds soll mit dem Kapital die Vorauszahlungen, den Rücktransport gestrandeter Urlauber und deren Unterbringung bis

## DIGITALER MELDESCHEIN

Bundestag und Bundesrat haben die Experimentierklausel für digitale Meldeverfahren beschlossen. Beherbergungsbetriebe erhalten damit mehr Möglichkeiten, die Meldepflicht für ihre Gäste künftig elektronisch zu erfüllen. Mit dem Dritten Bürokratieentlastungsgesetz wurde zum 1. Januar 2020 die besondere Meldepflicht in Beherbergungsstätten für digitale Lösungen geöffnet. Nach bisherigem Recht sind jedoch nur drei Verfahren zur elektronischen Identifizierung der Hotelgäste zulässig. Durch Einführung einer Experimentierklausel im Bundesmeldegesetz können nun für die Dauer von zwei Jahren weitere digitale Anmeldeverfahren erprobt werden.

zum Rücktransport voll garantieren, so wie es die EU-Vorgabe verlangt. Die bisherige Haftungsbegrenzung auf 110 Mio. Euro pro Versicherer und Jahr soll entfallen und durch eine Haftungsbegrenzung in Höhe von 22 Prozent des Jahresumsatzes des abzusichernden Veranstalters ersetzt werden. Damit sei laut BMJV auch das erwartbare maximale Risiko der sechs größten Reiseveranstalter abgedeckt, die bislang von der alten Begrenzung profitiert haben.

Der Systemwechsel ist aus Sicht des BMJV erforderlich, weil das jetzige System zu implodieren droht. Die Thomas-Cook-Pleite im September 2019 hatte gezeigt, dass das bisherige Modell keinen Vollschutz bietet.

Die Eckpunkte der Neuregelung hat die Bundesregierung am 10. Juni 2020 beschlossen.

Aktueller Stand des Gesetzgebungsverfahrens und alle Informationen unter [https://www.bmjbv.de/SharedDocs/Gesetzgebungsverfahren/DE/Insolvenzabsicherung\\_Reise.html](https://www.bmjbv.de/SharedDocs/Gesetzgebungsverfahren/DE/Insolvenzabsicherung_Reise.html)

# 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](http://www.braunschweig.ihk.de)

## HARZER SPEZIALITÄTEN

# Mehr Erfolg durch Kooperation

Für Tourismusdestinationen wie den Harz sind sie ein Aushängeschild: Authentische, regionale Lebensmittel in ganz besonderer Qualität. Sie sind gewissermaßen kulinarische Botschafter der Region. Aussehen, Geruch und Haptik machen diese Produkte in ihrer jeweiligen Produktkategorie zu einem Verkaufserfolg.

Bei dem Traditionsunternehmen Sühl's Harzspezialitäten sind das vor allem feinste Schinken- und Wurstspezialitäten von Wild, Schwein und Rind. Gesundes Fleisch, von Tieren aus der Natur, keine Gatterzucht, aus heimischen Wäldern und Wiesen – damit wirbt das Unternehmen für seine Produkte. Hergestellt nur aus Wildbret mit einem geringen Fettanteil. In handwerklicher Tradition über Buchenrauch geräuchert und gereift. Herzhaft-würzig. Der Geschmack hat sich mittlerweile weit über die Grenzen des Harzes herumgesprochen.

In Zeiten der Corona-Pandemie ist es für Unternehmen wichtig, einmal ganz neue Wege zu gehen. Die Sühl's Ladenlokale in Braunlage, Wernigerode, Bad Harzburg sowie in der alten Harzer Kaiserstadt Goslar, oberhalb des Marktplatzes, sind in Zeiten des Lockdowns wie viele andere Geschäfte geschlossen.

Doch gemeinsam mit dem erfahrenen Online-Spirituosenhändler Sven Gust hat das Unternehmen mit Erfolg den Onlineshop [www.harzspezialitaeten-shop.de](http://www.harzspezialitaeten-shop.de) ans Netz gebracht. Hier können sowohl die vielen Stammkunden als auch interessierte Neukunden quasi rund um die Uhr Harzer Spezialitäten ordern. Sven Gust hat vielfältige Erfahrungen im Onlinehandel. Auf seiner eigenen Website [www.gute-freunde.de](http://www.gute-freunde.de) bietet er seit Jahren erfolgreich Spirituosen der Spitzenklasse an, darunter erlesene Sorten an Whisky, Gin, Likör und Rum. Dabei handelt es sich zumeist um hochwertige Produkte, die man im klassischen Lebensmittelhandel eher selten findet.

Das Onlinegeschäft wächst und der Onlinehandel erfährt im Zuge der Pandemie eine ganz neue Dynamik. Hier bestehen eindeutig Chancen für regionale kulinarische Produkte, die gleichsam für die gesamte Region werben. Und sie machen den Kunden Appetit auf die Region, die sie am Ende der Pandemie sicher einmal wieder besuchen möchten.



## „HEIMAT SHOPPEN“

# IHK startet Image-Kampagne

In Zeiten der Corona-Pandemie, mit vielen geschlossenen Ladenlokalen von Händlern, Gastronomen und Dienstleistern und regelrecht verwaisten Innenstädten, Stadtteilzentren und Ortskernen stellt(e) sich die Frage: Finden die Kunden zurück in die „offline“-Einkaufsstandorte?

Mit der nun von der IHK Hannover für ihren Bereich gestarteten Imagekampagne „Heimat shoppen“ ([www.hannover.ihk.de/heimatshoppen](http://www.hannover.ihk.de/heimatshoppen)) können Standortgemeinschaften und Unternehmen ihre Kunden öffentlichkeitswirksam auf die Bedeutung ihrer Einkaufsorte hinweisen und für das lokale Erlebnis-Shopping werben. Wesentliche Ziele sind es, die Kunden auf die wichtige Rolle der Gewerbetreibenden, Handwerker und Freiberufler hinzuweisen und deren vielfältige Beiträge für die Lebensqualität vor Ort ins rechte Licht zu rücken. Im Ergebnis soll für eine bessere Wertschätzung durch die Kunden geworben werden.

Dazu erfolgt eine Beteiligung der Stadtmarketinginitiativen, Handels- und Gewerbevereine und Werbe- und Quartiersgemeinschaften mit kreativen Aktivitäten an den bundesweit zeitgleich stattfindenden Aktionstagen am 10. und 11. September 2021.

## WEBINAR

### SOCIAL MEDIA FÜR TOURISTIK, HOTELLERIE UND GASTRONOMIE

Am 28. April 2021, 9 bis 16 Uhr, findet für Reiseveranstalter, Busreiseunternehmen und Reisebüros, für Hotellerie und Gastronomie ein Webinar „Facebook & Co. – Social Media Marketing in Touristik, Hotellerie und Gastronomie gezielt nutzen“ statt.

Die Teilnahme kostet 230 Euro zzgl. 19 % USt. (brutto 273,70 Euro). Referent: Krischan Kuberzig aus Hamburg ([www.kuberzig.com](http://www.kuberzig.com)).



## IHK HANNOVER



## KONTAKT

Ihr Ansprechpartner  
in der IHK Hannover:  
Hans-Hermann Buhr  
Telefon: 0511 3107-377  
[buhr@hannover.ihk.de](mailto:buhr@hannover.ihk.de)  
[www.ihk-hannover.de](http://www.ihk-hannover.de)

Zu diesem Zweck können vielfältige Werbemittel – von Papiereinkaufsstützen über Plakate bis zu Flyern – aber auch Presse- oder Social-Media-Aktivitäten auf Facebook oder Instagram genutzt werden.

Die IHK Hannover koordiniert „Heimat shoppen“ in ihrem IHK-Bereich. Sie informiert und unterstützt die teilnehmenden Gemeinschaften bei der Organisation, der Werbemittelbeschaffung und Vermarktung der Initiative und der vor Ort geplanten Maßnahmen an den Aktionstagen. Auch einen Ideenpool für Aktivitäten hat die IHK zur Verfügung. Interessierte Standortgemeinschaften können sich kostenfrei zur Beteiligung über die genannte Website anmelden.

Die Initiative gibt es bereits seit 2014. Sie ist bundesweit in zehn Bundesländern in mehr als 30 IHK-Regionen mit rund 350 Initiativen aktiv. In einer Online-Veranstaltung am 11. Februar 2021 hat die IHK über die Initiative informiert.

Information/Anmeldung:  
IHK Projekte Hannover GmbH  
Hans-Hermann Buhr  
Telefon 0511 3107-377  
[buhr@hannover.ihk.de](mailto:buhr@hannover.ihk.de)

Programm und Anmeldung:  
[www.hannover.ihk.de/veranstaltungen/detailseite/veranstaltung/4567.html](http://www.hannover.ihk.de/veranstaltungen/detailseite/veranstaltung/4567.html)



## IHK LÜNEBURG- WOLFSBURG

### BAD BEVENSEN

## Erster barrierefreier Ort zertifiziert

Die Stadt Bad Bevensen erhält als erster Ort in Niedersachsen das Zertifikat „Reisen für Alle“. Das bundesweit einheitliche Kennzeichnungs- und Zertifizierungssystem „Reisen für Alle“, initiiert vom Deutschen Seminar für Tourismus Berlin (DSFT), schafft Transparenz für Reisende und signalisiert, dass ein Betrieb, ein Ort oder eine Region Informationen und Angebote zur Barrierefreiheit bietet. Seit 2014 beteiligt sich auch die TourismusMarketing Niedersachsen (TMN) an dieser Initiative und hat seitdem bereits 412 niedersächsische Betriebe und nun mit Bad Bevensen einen ganzen Reiseort erfolgreich geprüft. Auch für die IHK Lüneburg-Wolfsburg hat Qualität einen hohen Stellenwert. Volker Linde, Bereichsleiter Standort- und Politikberatung betont: „Wir gratulieren Bad Bevensen zum Zertifikat Reisen für Alle und freuen uns sehr, dass der erste Ort in Niedersachsen ausgezeichnet wurde und wir hoffen, dass weitere folgen werden.“ Meike Zumbrock, Geschäftsführerin der TMN ergänzt: „Barrierefreiheit ist ein Qualitäts- und Komfortmerkmal, dass allen

unseren Gästen zugutekommt: Nicht nur Menschen mit Behinderung, auch ältere Menschen oder Familien, die mit ihren Kindern reisen, profitieren davon. Barrierefreier Tourismus hat deshalb einen besonderen Stellenwert im Reiseland Niedersachsen.“

Für die Auszeichnung von Bad Bevensen wurden die barrierefreien Angebote der Stadt zu drei thematischen Angebotsbündeln rund um das Heide-Heilbad zusammengefasst: ‚Körper und Seele baumeln lassen‘, ‚Kultur genießen‘ sowie ‚Bummel und Kaffeeklatsch‘ inspirieren zum barrierefreien Urlaub in Bad Bevensen. Alle Teilangebote dieser Urlaubsinpirationen halten geprüfte sowie detaillierte Informationen zur Barrierefreiheit bereit und sind gemäß „Reisen für Alle“ zertifiziert. In Bad Bevensen sind dies sechs Hotels und Pensionen, die Jod-Sole-Therme, die Tourist-Information, die Bibliothek im Griepnhaus, die Ratsapotheke, die Kaffeestube im Hof, das Kurhaus sowie der Kurpark Bad Bevensen. Sie werden zudem durch Angaben zur Anreise und zur Mobilität in Bad Bevensen ergänzt.



### KONTAKT

Ihre Ansprechpartnerin  
in der IHK Lüneburg-Wolfsburg:  
Dorit Siebenbrodt  
Telefon: 04131 742-174  
dorit.siebenbrodt@ihklw.de  
[www.ihk-lueneburg.de](http://www.ihk-lueneburg.de)



### EXPERTENTAG ONLINE-MARKETING

Der eigene Auftritt im Internet ist für die meisten Unternehmen selbstverständlich. Doch wird Ihre Website von Ihren Kunden auch gefunden? Wir finden zusammen mit Ihnen und unseren Marketingexpert\*innen die Antworten auf Ihre Fragen rund um das

Thema Onlinemarketing. Kostenfreie (telefonische) Beratung für IHKLW-Betriebe und Existenzgründer\*innen am 14. April, 12. Mai oder 9. Juni 2021 nach Voranmeldung:

**Anmeldung Expertentag Online-Marketing**

## MASTERPLAN WANDERN

# Ein kreisweit einheitliches Wander-System soll entstehen

Eine einheitliche Wanderinfrastruktur für das gesamte Kreisgebiet errichten – das ist das Ziel des so genannten „Masterplans Wandern“. Das Kooperationsprojekt der Kreisverwaltung sowie der Städte und Gemeinden, der Tourist-Informationen und dem Verbund Oldenburger Münsterland soll analog zum in 2018 eingeführten Radwegeleit- und Knotenpunktsystems umgesetzt werden. „Die Umsetzung des neuen Radwegeleitsystems mit integriertem Knotenpunktsystem als erstes großes gemeinschaftlich touristisches Infrastrukturprojekt war bereits ein voller Erfolg und hat gezeigt, dass eine kreisweite Zusammenarbeit der richtige Weg für gleichartige Folgeprojekte ist“, sagt Landrat Herbert Winkel. „Eine kreisweite Beschilderung sowie ein einheitliches System sollen Wandernden zukünftig zeigen, welche landschaftlichen Schätze es im Landkreis Vechta zu entdecken gibt.“

Bei der Entwicklung der Wanderwege werden unterschiedlichste Anforderungen in die Planungen einbezogen. „Egal ob Familien, in der Mobilität eingeschränkte Personen, junge Leute oder Touristen, die unsere Region entdecken möchten – am Ende der Planungen soll für jeden ein geeigneter Wanderweg dabei sein“, erklärt Isabel Meller vom Amt für Wirtschaftsförderung und Kreisentwicklung. „Grundsätzlich ist bei jedem Wandererlebnis, welches wir im Masterplan Wandern entwerfen, nicht nur die Naturvielfalt ein zu berücksichtigendes Kriterium, sondern auch die Einbindung

von beispielsweise Gastronomie- oder Kulturangeboten, die es entlang des Wanderweges gibt.“

Insbesondere liegt bei diesem Projekt der Fokus auf der Qualität. Um diese gewährleisten zu können, wurden zwölf Ehrenamtliche vom Deutschen Wanderverband geschult und als Bestandserfasser zertifiziert. „Zu einem guten Wanderweg gehört mehr als nur ein guter Wegebelaag. Die Bestandserfasser können Dank der Schulung die Wege anhand eines Schemas bewerten, um so potentielle ‚Qualitätswege‘ zu ermitteln“, so Meller weiter. „Doch neben dem Know-how bringen die ehrenamtlichen Bestandserfasser das Wichtigste mit: Engagement und Interesse für unsere Region. Wir haben uns bewusst dafür entschieden, diesen wichtigen Teil des Projektes mit engagierten Bürgern zu machen, da diese die verborgenen Schätze unserer Region sichtbar machen können und wissen, wo es großes Potential gibt.“

Im Rahmen des Projektes werden zudem nicht nur die örtlichen Wanderwege betrachtet, sondern auch die überregionalen bedeutsamen Wege, die durch den Landkreis Vechta verlaufen. In einem ersten Schritt wurden im Rahmen einer LEADER-Förderung die Planungsleistungen gewährt. Die Planungsleistungen sind zunächst bis Oktober 2021 angesetzt, so dass mit einer möglichen Umsetzung in 2022 gerechnet werden kann.

Weitere Informationen gibt es unter [www.landkreis-vechta.de/bildung-und-freizeit/tourismus](http://www.landkreis-vechta.de/bildung-und-freizeit/tourismus) oder per Telefon bei Isabel Meller unter 04441 898-2606.



## OLDENBURGISCHE IHK



## KONTAKT

Ihre Ansprechpartnerin in der Oldenburgischen IHK:  
Dorothee Schröder  
Telefon: 0441 2220-5315  
[dorothee.schroeder@oldenburg.ihk.de](mailto:dorothee.schroeder@oldenburg.ihk.de)  
[www.ihk-oldenburg.de](http://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](http://www.osnabrueck.ihk24.de)

## IHK-FACHAUSSCHUSS TOURISMUS

# Schnell verlässliche Öffnungsperspektive für Unternehmen schaffen

Die Mitglieder des Fachausschusses Tourismus der IHK Osnabrück – Emsland – Grafschaft Bentheim diskutierten in der jüngsten Ausschusssitzung mit den Landtagsabgeordneten Martin Bäumer (CDU) und Frank Henning (SPD) kritisch über den niedersächsischen Corona-Stufen-Plan 2.0 und die fehlende Öffnungsperspektive. „So schnell, wie der entscheidende Inzidenzwert im Rahmen der Ministerpräsidentenkonferenz von 50 auf 35 nach unten korrigiert wurde, so schnell muss die Politik auch für die Unternehmer verlässliche Perspektiven schaffen“, forderte der Ausschussvorsitzende Freiherr Friedhelm-Wilhelm von Landsberg-Velen. „Es muss mehr für die Wirtschaft getan werden. Die Unternehmer müssen wieder Geschäfte machen dürfen“, erklärte Martin Bäumer. Auch Frank Henning stellte klar: „Ich persönlich bin gegen die Einschränkungen im Tourismus. Gastronomie und Hotellerie sind als Infektionsherde gar nicht nachgewiesen.“ Beide wollen sich weiterhin für einen niedersächsischen Weg einsetzen, der den Gesundheitsschutz der Bevölkerung sicherstellt und gleichzeitig die unternehmerischen Interessen wahrt.

Wolfgang Hackmann vom Parkhotel Meppen bezweifelte, dass sich die Politik der wirtschaftlichen Auswirkungen der verordneten Schließungen im vollen Ausmaß bewusst sei. „Im Gegensatz zu den Hotels, die durch die Beherbergung von Geschäftsreisenden noch marginale Einnahmen erzielen, haben viele gastronomische Betriebe seit November schon keinen Cent mehr erwirtschaften können“, erklärte der Betreiber von sechs Hotels mit insgesamt 333 Zimmern. Für die Finanzierung eines dauerhaften Leerlaufs fehle vielen Betrieben aufgrund der verzögerten Auszahlungen der beantragten Hilfen die nötige Liquidität.

Auch andere Unternehmer der Branche sahen große Schwierigkeiten: „Mein Reservierungsbuch ist leer und mein Tagungsbuch ist ebenfalls ohne Buchungen: Die Gäste trauen sich nicht zu buchen, wenn es keine festen Datumsangaben für Lockerungen gibt!“, schilderte Birgit Surendorff vom Akzent Hotel Surendorff in Bramsche. Und das könne sie den Kunden nicht einmal verdenken, da der Stufenplan eine enorme Unsicherheit bei Unternehmen und Kunden gleichermaßen verursache.

Ira Klusmann, Vienna Hotel Osnabrück, stellte klar: „Auch für unsere Branche steht selbstverständlich der Gesundheitsschutz an erster Stelle, sowohl für unsere Kunden als auch unsere Mitarbeiter. Gesundheitsschutz und Wiederaufnahme des Geschäftsbetriebs sind für uns zwei Seiten derselben Medaille.“ Insofern sprach sie sich für eine schnelle Wiedereröffnung unter Wahrung von bestehenden Hygienekonzepten aus.

„Der Stufenplan 2.0 ist ein wichtiger Schritt, aber noch keine gute Lösung für die Branche. Eine konkrete und planbare Öffnungsperspektive für die Branche bleibt vage. Bis Anfang März muss eine sichere und gerechte Öffnungsstrategie vorliegen. Die Unternehmer haben nach fast zwölf Monaten Corona-Pandemie eine faire Chance verdient“, erklärte Anke Schweda, IHK-Geschäftsbereichsleiterin für Standortentwicklung. Wenn weiterhin eine florierende Wirtschaft gewünscht sei, müsse jetzt alles getan werden, dass die Rahmenbedingungen dafür geschaffen würden.

## TEEKULTUR OSTFRIESLAND

# Ostfriesische Landschaft hat Projekt zum immateriellen Kulturerbe gestartet

Die Ostfriesische Teekultur ist 2016 von der Deutschen UNESCO-Kommission in das bundesweite Verzeichnis des Immateriellen Kulturerbes aufgenommen worden. An diese Auszeichnung ist auch die Bedingung geknüpft, das Kulturerbe lebendig zu halten. Dazu hat die Ostfriesische Landschaft im Herbst 2020 das Projekt „Teekultur Ostfriesland“ ins Leben gerufen. In dem Projekt sollen am Beispiel der Teekultur Strategien für nachhaltigen Kulturtourismus in Niedersachsen entwickelt werden. Alle Erkenntnisse dazu sollen im zweiten Schritt anderen Regionen in Niedersachsen helfen und zeigen, wie man sich dieser großen Herausforderung erfolgreich stellen kann.

Das Modellvorhaben zur kulturtouristischen Inwertsetzung immateriellen Kulturerbes wird mit rund 64.000 Euro vom Niedersächsischen Ministerium für Wirtschaft, Arbeit, Verkehr und Digitalisierung gefördert und hat zum Ziel, den Kulturtourismus zu unterstützen. „Es geht nicht nur um die Teezeremonie, die wohl jedem Ostfriesen ein Begriff ist“, so Helmut Collmann, Ehrenpräsident der Ostfriesischen Landschaft und Mitinitiator des Projektes. „Wir wollen vor allem die Teekultur noch mehr Inwertsetzen“.

Ostfriesen gelten mit einem pro Kopfverbrauch von 300 l getrunkenem Tee als Weltmeister. Seit rund 300 Jahren ist Ostfriesland eine Teetrinkerregion und bis heute ist die Teekultur eine Ostfriesland einende Kultur-

praxis. Dabei hat sich eine eigenständige Teekultur entwickelt, die sich z. B. in der ostfriesischen Teezeremonie ausdrückt. Die Teekultur hat sich sowohl in Sprache als auch materieller Kultur niedergeschlagen. Das Projekt beschäftigt sich mit Fragen zur historischen Entwicklung der Teekultur, zu den Bräuchen, die damit verbunden sind oder Sprichwörtern, die sich auf das goldene Heißgetränk beziehen.

Im Projekt geht es vor allem um die Vernetzung der drei Bereiche Kultur, Tourismus und Gastronomie zum Thema Tee. Die Qualität und die Nachhaltigkeit stehen dabei im Fokus der Verantwortlichen. Dazu wird ein Gütesiegel entwickelt und soll künftig als Grundlage zur Umsetzung dieser Ziele dienen und einheitliche Standards setzen. Unter dem Stichwort Barrierefreiheit werden spezielle Angebote wie z. B. eine Erklärung der Teezeremonie mit Braille-Schrift oder Videos mit Gebärdensprache entwickelt.

Für die Organisation des „Modellprojektes Teekultur Ostfriesland“ wurde eine Koordinierungsstelle eingerichtet. Sie ist bei der Kulturagentur der Ostfriesischen Landschaft angesiedelt.

E-Mail: [bengen@ostfriesischelandschaft.de](mailto:bengen@ostfriesischelandschaft.de)  
oder [rodrian@ostfriesischelandschaft.de](mailto:rodrian@ostfriesischelandschaft.de)



## IHK FÜR OSTFRIESLAND UND PAPENBURG



## KONTAKT

Ihre Ansprechpartnerin in der IHK  
für Ostfriesland und Papenburg:  
Kerstin Kontny  
Telefon: 04921 8901-48  
[kerstin.kontny@emden.ihk.de](mailto:kerstin.kontny@emden.ihk.de)  
[www.ihk-emen.de](http://www.ihk-emen.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](http://www.stade.ihk24.de)

## „DÖR'T MOOR“

# Nordpfad als Deutschlands schönster Wanderweg nominiert

Der Landkreis Rotenburg (Wümme) ist als Wanderparadies bekannt: 24 Nordpfade laden dazu ein, die Region zu erkunden und die zahlreichen Kultur- und Naturschätze zu entdecken. Alle Nordpfade sind nach den Kernkriterien „Qualitätswege Wanderbares Deutschland“ ausgewählt und konzipiert worden. So können sich Wanderer u. a. darauf freuen, auf jedem Nordpfad mindestens 35 Prozent der Wegstrecke auf naturbelassenen Wegen zurücklegen zu können.

Das große Engagement der Touristiker der Region um das hohe Qualitätsniveau der Nordpfade ist jetzt auch an anderer Stelle erkannt worden. Unter insgesamt 112 eingereichten Tagestouren ist der Nordpfad „Dör't Moor“, der zwischen Rotenburg (Wümme), Unterstedt sowie Kirchwalsede liegt, jetzt als einer von insgesamt 15 Wegen aus ganz Deutschland für die Auszeichnung „Deutschlands schönster Wanderweg“ nominiert worden. Das 654 ha große Naturschutzgebiet „Großes und Weißes Moor“ gehört zu den am besten erhaltenen Hochmooren in Niedersachsen. Hier hat der NABU Rotenburg mit dem Landkreis Rotenburg (Wümme) vier Naturerlebnis-Wanderwege angelegt – der Nordpfad „Dör't Moor“ ist einer davon.

## BAUMHAUSHOTEL IN OTTERNDORF SETZT ERFOLGSKURS FORT

Bereits seit Ende 2019 ermöglicht das innovative Baumhaushotel in Otterndorf, die Seele baumeln zu lassen. Das Baumhaushotel befindet sich auf einem 1,4 Hektar großen, parkähnlichen Gelände und ermöglicht seinen Gästen den Blick ins Grüne sowie auf den Deich und das weite Meer. Zu den ursprünglichen fünf Baumhäusern, die allesamt auf den Namen verschiedener Vogelarten getauft wurden, kommen jetzt noch weitere fünf Baumhäuser hinzu. Die Baumhäuser befinden sich in luftiger Höhe von vier Metern. Das Highlight stellt die jeweils zehn Quadratmeter große Außenterrasse mit Strandkorb dar.



Jetzt gilt es, diese Publikumswahl für den Nordpfad „Dör't Moor“ zu gewinnen: Die Abstimmung ist digital bis zum 30. Juni 2021 unter [www.wandermagazin.de/wahlstudio](http://www.wandermagazin.de/wahlstudio) – dort Nr.7 bei Tagestouren – möglich. Weitere Informationen zu allen abwechslungsreichen Nordpfaden sind unter [www.nordpfade.info](http://www.nordpfade.info) und beim Touristikverband Landkreis Rotenburg erhältlich.

Zu den neuen Baumhäusern, die aktuell von regionalen Firmen errichtet werden, gehört auch ein barrierefreies Baumhaus, das auf einem kleinen Hügel steht und über eine Rampe erreichbar ist. Allen Baumhäusern gemeinsam ist der hohe Standard im Einklang mit der Natur. Dies ist den beiden Inhaberinnen des Baumhaushotels, Katrin Buck und Elke Freimuth, ebenso wichtig wie echte Gastfreundschaft.

## SPIEKEROOG

Der autofreie Sehnsuchts- und Energie-Ort Spiekeroog: Wunderschön und einzigartig in seiner natürlichen Vielfalt mitten im UNESCO Weltnaturerbe Wattenmeer. Der kleine faszinierende Mikrokosmos Spiekeroog berührt und begeistert jeden Tag aufs Neue mit seiner atemberaubenden Schönheit und Ursprünglichkeit. Rund 18 Quadratkilometer laden dazu ein, den Alltag hinter sich zu lassen, Energie zu tanken und sich zu erholen.



## LESERSERVICE

Abo bestellen unter

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

Finden Sie uns auf Facebook:

[www.facebook.com/ihkntourismusanmeldungen/](https://www.facebook.com/ihkntourismusanmeldungen/)

## IMPRESSUM

Herausgeber:

IHK Niedersachsen (IHKN)

Königstraße 19, 30175 Hannover

Telefon: 0511 920 901 10

E-Mail: [info@ihk-n.de](mailto:info@ihk-n.de)

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

Verantwortlich:

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](mailto:kerstin.kontny@emden.ihk.de)

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

März 2021

Bildnachweise:

Titel: © Rainer Ganske, Seite 2: links © lars-schroeder.de, Mitte © Rainer Ganske, rechts © Ostfriesische Landschaft, Seite 3: © FOTO W Emden, Seite 4: © shutterstock.com/Josie Garner, Seite 5: Handy © shutterstock.com/Barmaleeva, Mitte © TourismusMarketing Niedersachsen GmbH, Seite 6: © lars-schroeder.de, Seite 7: © 2013 edelklangfilm, Seite 9: M.Style, Artco, Marta Sher, blackpencil, nanmulti (alle shutterstock.com), Montage © Anne Ries, Seite 12: oben: © shutterstock.com/Etsyhun, unten: © Znajkraj, Seite 14: © Rainer Ganske, Seite 16: Porträt: © Photohouse Daniela Schworm, unten: Sonnenuntergang Südstrand © Rainer Ganske, StreetArt Festival © Michelangelo, KW Brücke © WWW.STOEVEFOTOGRAFIE.DE, Seite 17: © shutterstock.com/EM Karuna, Seite 18: © Rosi Radecke, Seite 19: Porträt © oh, unten © Sühl's Harzspezialitäten, Seite 20: Porträt © Andrea Seifert Photography [www.andreaseifert.de](http://www.andreaseifert.de), Seite 21: Porträt © fotografarin Sandra Koenig, Mitte © Lars Wendlandt, Seite 22: unten © OM-Tourismus, Porträt © Imke Folkerts, Seite 23: Porträt © Foto-Studio Effing, Seite 24: Porträt © Daniel Gebauer, unten: © Ostfriesische Landschaft, Seite 25: Porträt © Andreas Friedrich, Seite 26: © NSB, Seite 27: © 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](http://www.facebook.com/ihkntourismusanmeldungen)



.....  
**IHK NIEDERSACHSEN (IHK N)**  
Königstraße 19  
30175 Hannover  
Telefon: 0511 920 901 10  
E-Mail: [info@ihk-n.de](mailto:info@ihk-n.de)

**TOURISMUS  
NACHRICHTEN**

.....  
**IHK N-MITGLIEDER**

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

**IHK HANNOVER**  
Schiffgraben 49  
30175 Hannover  
Telefon: 0511 3107-0  
E-Mail: [info@hannover.ihk.de](mailto:info@hannover.ihk.de)

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

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

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

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