

TOURISMUS NACHRICHTEN

IHKN-TOURISMUSNACHRICHTEN

WINTER 2019/20

Erfolge und Sorgen

**ERGEBNISSE DER
IHKN-SAISONUMFRAGE**

Chancen und Forderungen

**TOURISMUSTAG BOT
DISKUSSIONSPLATTFORM**

Themen und Schwerpunkte

**TMN PRÄSENTIERT
NEUE STRATEGIE**

**GESUND UND
GLÜCKLICH**

Zu Besuch im
Staatsbad Pyrmont



IHK

Niedersachsen

Landesarbeitsgemeinschaft

Inhalt

Winter
2019/20

AKTUELL

SEITE 4

- 5 THEMEN UND SCHWERPUNKTE**
TMN präsentiert neue Strategie
- 6 FAHRRADLAND
NIEDERSACHSEN-BREMEN**
Vier Kommunen erhalten
Auszeichnung
- 7 NEUE STUDIE**
Digitalisierung im
Deutschlandtourismus
- 8 CHANCEN DER DIGITALISIERUNG
NUTZEN**
Tourismustag bot
Diskussionsforum

ZAHLEN & FAKTEN

SEITE 10

- 10 ERFOLGE UND SORGEN**
IHKN-Saisonumfrage



Q-NEWS

SEITE 12

- 12 NEUES FORMAT**
Bundesweiter Q-Tag auch
in Niedersachsen
- 13 Q-SEMINARE**
Termine 2020



RUNDREISE

SEITE 14

- 14 GESUND & GLÜCKLICH**
Die Gesundheitsdestination
Bad Pyrmont im Porträt

IHR GUTES RECHT

SEITE 17

- 17 DIGITALER MELDESCHEIN**
Hürden für kleine Betriebe

- 17 FACHKRÄFTE-
EINWANDERUNGSGESETZ**
Chance für die Branche?



IHKN 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**



Eine verpasste Chance



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

www.ihk-n.de/tourismusunachrichten

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

Die jüngste Saisonumfrage der IHK Niedersachsen hat es gezeigt: Der Arbeitskräftemangel ist für die meisten Unternehmen aus Gastronomie und Hotellerie die größte Herausforderung. Dabei geht es nicht mehr um Fachkräfte, beklagt wird auch ein Mangel an einfachen, ungelernten Arbeitskräften. Ohne zusätzliche Arbeitskräfte aus Nicht-EU-Ländern wird der Tourismus in unserer Region auf Sicht nicht bestehen können. Die Politik hat darauf jetzt mit dem „Fachkräfteeinwanderungsgesetz“ reagiert, das zum 1.1.2020 in Kraft tritt.

„FACHKRÄFTEEINWANDERUNGSGESETZ“ ZEIGT IN DIE RICHTIGE RICHTUNG

Nach dem neuen Gesetz dürfen künftig auch beruflich gebildete Drittstaatler mit Arbeitsvertrag einwandern – nicht nur in Engpassberufen. Auch auf die sogenannte Vorrangprüfung, ob nicht Deutsche oder andere Bürger der EU für die Stelle in Frage kommen, soll verzichtet werden. Wer über eine ausländische Qualifikation verfügt, die der entsprechenden deutschen nicht ganz gleichwertig ist, kann mit Teilanerkennung beschäftigt und nachqualifiziert werden. Zudem können Fachkräfte sechs Monate zur Jobsuche nach Deutschland kommen, wenn sie eine anerkannte Qualifikation und ausreichende Deutschkenntnisse mitbringen und ihr Lebensunterhalt gesichert ist.

POLITIK HAT SICH ENDLICH BEWEGT – ALLERDINGS IN TRIPPELSCHRITTEN

Mit der Möglichkeit, dass neben Akademikern und Hochverdienern auch Fachkräfte aus Drittstaaten künftig in der Hotellerie und Gastronomie beschäftigt werden dürfen, wird eine jahrzehntelange Forderung der Unternehmen erfüllt. Das ist ein wichtiger Baustein für die Fachkräftesicherung in der Branche. Die Unternehmen aus Hotellerie und Gastronomie begrüßen es, dass nun endlich der Weg frei gemacht wird für Fachkräfte aus Nicht-EU-Staaten. Ausgebildete Köche, Restaurantfachleute, qualifizierte Mitarbeiter für den Hotelpfand oder den Vertrieb fehlen im Gastgewerbe besonders und werden dringend benötigt.

ALLZU GROSSE HOFFUNGEN WERDEN SICH NICHT ERFÜLLEN

Leider zielt das Gesetz jedoch am Hauptproblem der Branche vorbei – denn es werden eben nicht nur Fachkräfte benötigt, sondern auch an- oder ungelernte Arbeitskräfte. Dafür bietet das Gesetz keine Lösung. Eine verpasste Chance.

Ihr
Arno Ulrichs
Sprecher Federführung
Tourismus der IHKN



„Künftig gilt es für den Tourismus in Niedersachsen, innovativer, internationaler, fundierter, vernetzter und individueller zu werden. Wir möchten gemeinsam mit den Partnern im Land daran arbeiten. Es muss uns gelingen, verstärkt zu kooperieren, uns profilierter aufzustellen und generell auf Qualität zu setzen.“
Meike Zumbrock



TMN PRÄSENTIERT NEUE STRATEGIE

Das Tourismus-Marketing auf Landesebene wird zunehmend durch ein Tourismus-Management abgelöst, dessen Kernaufgabe das Steuern von Prozessen und Projekten ist. In einem mehrmonatigen Prozess hat sich die TourismusMarketing Niedersachsen GmbH (TMN) zukunftsweisend aufgestellt. In insgesamt acht Roadshow-Terminen wurde die neue Strategie im Land vorgestellt. „Es ist uns wichtig, dass wir die touristischen Partner in Niedersachsen über unsere Ziele informieren, den Austausch fördern und wir in einem starken Verbund zusammenarbeiten“, erklärt Geschäftsführerin Meike Zumbrock.

EINE DATENBANK FÜR GANZ NIEDERSACHSEN

Zusammen mit der Deutschen Zentrale für Tourismus (DZT) und anderen Bundesländern arbeitet die TMN an einem Projekt zur Entwicklung eines bundesweit einheitlichen Datenstandards im Tourismus und der Einführung einer offenen Datenstruktur. Hierfür wird die TMN eine einheitlich strukturierte und offene Niedersachsen-Datenbank aufbauen, um so die Contentgenerierung für das gesamte Land zu strukturieren.

QUALITÄTSMANAGEMENT ALS BASIS FÜR GÄSTEZUFRIEDENHEIT UND -BINDUNG

Die TMN hat das Ziel, in den kommenden Jahren ein ganzheitliches Qualitätsmanagement im Unternehmen und für das Land zu etablieren. Allen Nutzern touristischer Infrastrukturen und Produkte – Tages- und Übernachtungsgäste sowie Einheimische – soll eine durchgängig hohe Qualität entlang der gesamten touristischen Servicekette geboten werden. Ziel ist die Schaffung authentischer

Reiseerlebnisse, die die Gästezufriedenheit steigern und somit auch Wiederbesuchsabsicht sowie Weiterempfehlungsrate. Dafür benötigt die TMN die Unterstützung aller Partner im Land.

KNOW-HOW-TRANSFER BEIM INCOMING-TOURISMUS

Internationale Schwerpunktmärkte sind die Niederlande und Flandern. Ergänzungsmärkte sind Dänemark, die Schweiz und Österreich. Die Internationale Marktbearbeitung gilt als Chance, der allgemeinen Stagnation der Übernachtungszahlen aus dem Inland entgegen zu wirken. Da die Marktpotentiale des Landes derzeit aber nicht vollkommen ausgeschöpft werden, ist es Ziel der TMN, die Partner für die Bedarfe internationaler Gäste zu sensibilisieren und gleichzeitig übergeordnete Marketingaktivitäten voranzutreiben.

Im Inland betreibt die TMN zukünftig ein themenorientiertes Zielgruppenmarketing außerhalb ihrer Hauptquellgebiete Nielsen 1 und 2 und fokussiert sich dabei auf die Phase der Inspiration. Die TMN spricht mit ihrem Marketing vor allem Neukunden aus vier Zielgruppen aus den Sinus-Milieus an, die bereits eine hohe Reisebereitschaft nach Niedersachsen aufweisen: Konservativ-Etablierte, Liberal-Intellektuell, Sozioökologische und die bürgerliche Mitte.

Die Langfassung der Strategie steht im Internet www.tourismuspartner-niedersachsen.de zur Verfügung.



FAHRRADLAND NIEDERSACHSEN-BREMEN

Vier Kommunen und RV Großraum Braunschweig erhalten Auszeichnung

Emden, Göttingen, Nordhorn und Hemmingen haben kürzlich in Lüneburg die Zertifizierung „Fahrradfreundliche Kommune“ erhalten. Außerdem darf sich der Regionalverband Großraum Braunschweig nun als „Impulsgeber Fahrradmobilität“ bezeichnen. Dr. Christoph Wilk, Abteilungsleiter im Verkehrsministerium, sagte bei der Verleihung: „Wir wollen mit der Zertifizierung Kommunen und Regionen anspornen, mehr für den Radverkehr zu tun. Immer mehr Bürger nutzen das Rad, mit und ohne elektrische Unterstützung, im Alltag. Deshalb gewinnt ein gut ausgebautes Radwegenetz zunehmend an Bedeutung, gerade auch für die Mobilität im ländlichen Raum.“

Rund 200 Vertreter von Vereinen und Verbänden, fahrradfreundlichen Kommunen, Landes- und Kommunalpolitikern kamen in diesem Jahr in Lüneburg zusammen. Seit 2016 steht die Verleihung der Auszeichnungen im Mittelpunkt der jährlichen Fachtagung Fahrradland Niedersachsen-Bremen.

Der Anteil des Radverkehrs am Gesamtverkehrsaufkommen steigt in Niedersachsen seit Jahren an. Mit ca. 15 Prozent (2017 Studie des Bundes zur Mobilität in Deutschland) liegt Niedersachsen gemeinsam mit Hamburg auf Platz 2 im Ländervergleich. Das Verkehrsministerium erarbeitet derzeit ein Fahrrad-Mobilitätskonzept, welches 2020 vorgestellt werden soll und bestehende Pläne und Konzepte für den Radwegbau integrieren soll.



NEUES MAGAZIN ZU BARRIEREFREIEM REISEN

Urlaub ist die Zeit der Erholung. Für Menschen, die Barrierefreiheit benötigen, ist die Recherche nach geeigneten Angeboten dabei häufig eine Herausforderung. Und auch barrierefreie Destinationen und Betriebe tun sich oft schwer, die Zielgruppe gut zu erreichen. Mit dem neuen Magazin „Barrierefrei Erleben“ sollen Angebot und Nachfrage zukünftig besser zueinander finden. „Wir wollten ein attraktives, inspirierendes Produkt schaffen für Menschen, die Urlaub machen wollen und dabei – aus welchem Grund auch immer – auf Barrierefreiheit achten“, so Karina von Keitz, Mitinitiatorin des Projekts. „Daher steht bei uns nicht die Einschränkung oder Behinderung des Gastes, sondern das attraktive Reiseangebot im Vordergrund.“

www.barrierefreierleben.de

STATUS QUO IN SACHEN DIGITALISIERUNG

Der Deutsche Tourismusverband (DTV) und die BTE Tourismus- und Regionalberatung haben in einer bislang einmaligen bundesweiten Studie 400 Tourismusorganisationen nach dem Status quo in Sachen Digitalisierung befragt. Danach ist die Digitalisierung mittlerweile auf allen Ebenen im Deutschlandtourismus angekommen. Es wurde allerdings ein großes Gefälle von der Landes- zur lokalen Ebene festgestellt. Während auf Bundes-, Landes- und zum Teil regionaler Ebene immer komplexere digitale Themen diskutiert und vorangebracht werden, sind die Akteure auf der lokalen Ebene noch mit den Basisanforderungen der Digitalisierung beschäftigt. Dies zeigt sich auch beim Umgang mit Daten: Je höher die Organisationsebene, desto eher werden die Daten und der Content zentral, zum Beispiel in einer Datenbank auf Landesebene, gespeichert. Doch gerade hier sind übergeordnete Initiativen auf die Mitarbeit der lokalen Ebene angewiesen. Denn ohne ein starkes Fundament auf der lokalen Ebene stehe die Destination beim Thema Digitalisierung laut den Herausgebern der Studie auf tönernen Füßen.

Als größte Hindernisse in der Implementierung digitaler Instrumente in den Destinationen werden fehlende finanzielle Mittel und fehlendes Know-how angegeben. Danach folgen die Qualität des Contents und fehlendes Breitband. Konkreter Unterstützungsbedarf bestehe eher in der Organisation des eigenen Contents, SEO oder Gästebindung über soziale Medien und weniger in aktuellen Buzzwords wie KI, VR, AR oder Chatbots. Im Schnitt fehlt mehr als jeder dritten DMO eine strategische Grundlage für ihr Handeln. Hinterfragt wird also nicht: Wen will ich wie, wann mit welchem Content über welchen Kanal erreichen?

Nur 38 Prozent der regionalen DMOs (ohne TI) und 42 Prozent der lokalen DMOs schätzen, dass mindestens die Hälfte ihrer Betriebe online buchbar ist. Dies bedeutet umgekehrt, dass die Mehrheit der DMOs der Auffassung ist, dass weniger als 50 Prozent der Betriebe online auf irgendeiner Plattform (hier ist nicht die eigene Website gemeint) zu finden und damit sichtbar und buchbar sind.

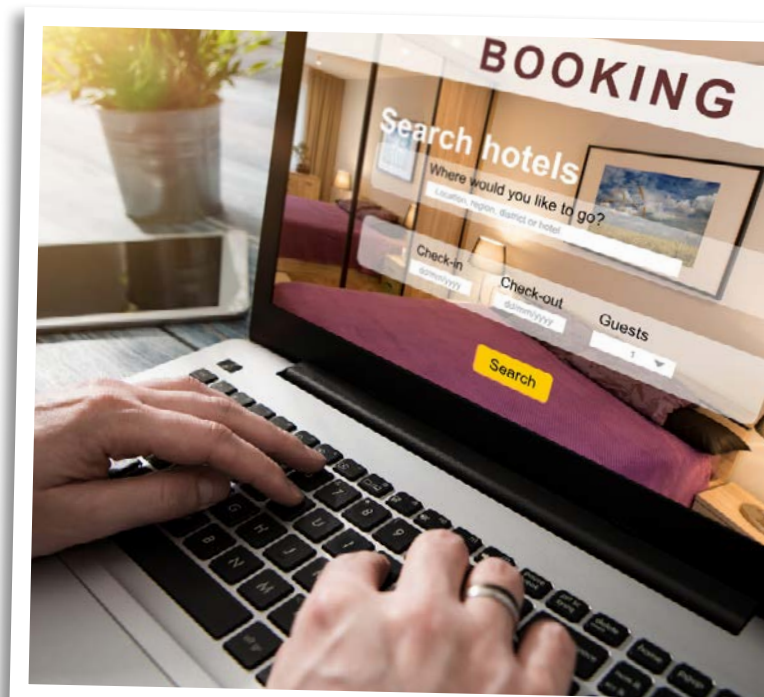
Die Ergebnisse der Umfrage können Sie [hier](#) herunterladen.

ADFC-RADREISEANALYSE

Das Radreiseverhalten der Deutschen steht erneut im Fokus des ADFC. Der Verband will Trends aufzeigen bei mehrtägigen Radreisen und bei den Tagesausflügen, die in den letzten Jahren rasant angestiegen sind. An der aktuellen ADFC-Radreiseanalyse können Sie bis zum 12. Januar 2020 teilnehmen und mit etwas Glück auch ein Liegerad Gekko 26 gewinnen.

Mehr Infos unter

www.adfc.de/neuigkeit/mitmachen-bei-der-adfc-radreiseanalyse/



WISSENSPLATTFORM OPEN DATA-PROJEKT

Das Open Data-Projekt, das von der deutschen Tourismuswirtschaft unter Federführung der Deutschen Zentrale für Tourismus (DZT) realisiert wird, erhält einen weiteren Impuls. Ab sofort ist unter www.open-data-germany.org eine Wissensplattform online verfügbar, die allen potenziellen Partnern offensteht und Unterstützung bei zahlreichen Fragen rund um Open Data bietet. Petra Hedorfer, Vorsitzende des Vorstandes der DZT: „Um die Möglichkeiten digitaler Technologien – beispielsweise Künstliche Intelligenz – in der touristischen Vermarktung effizient einzusetzen, müssen Daten aus den unterschiedlichen Silos zusammengeführt und in einer einheitlichen Struktur auffindbar und lesbar werden. Das ist das Ziel unseres nationalen Open Data-/ Knowledge Graph-Projektes. Jetzt kommt es darauf an, dass sich möglichst viele Partner – auch kleinere Unternehmen und regionale Organisationen – aktiv in das Projekt einbringen.“

Zum Aufbau der Wissensplattform hat die DZT das innerhalb des Projektes bisher gesammelte Wissen geordnet und allgemeinverständlich aufbereitet. Das Informationsangebot umfasst ein einführendes Video und erklärt sämtliche Fachbegriffe, rund um das Thema Open Data. Konkrete Handlungsempfehlungen und Hilfestellungen sollen vor allem mittelständischen Unternehmen und Organisationen den praktischen Einstieg in die Open Data-Welt erleichtern. Konkret geht es neben FAQ's und technischen Informationen auch um Mustervorschläge für Nutzer- und Rahmenverträge. Die Wissensplattform ist als atmendes System angelegt, das auch durch die Dokumentation erfolgreicher Best Practice-Beispiele, Informationen zum Open Data-Projekt und weitere Fachartikel kontinuierlich erweitert wird.



CHANCEN DER DIGITALISIERUNG NUTZEN

TOURISMUSTAG BOT DISKUSSIONSPLATTFORM

Smart – digital – vernetzt: Unter diesem Motto trafen sich im September rund 200 Teilnehmer aus der Hotel- und Gaststättenbranche, von Tourismusorganisationen sowie aus Politik und Verwaltung beim 18. Tourismustag Niedersachsen in Stade. Bei der zweitägigen Veranstaltung, die von der IHK Niedersachsen (IHKN) organisiert wurde, drehte sich in diesem Jahr alles um digitale Lösungen und Angebote rund um Reise, Gäste und das Management vor Ort.

„Digitale Lösungen bieten viele Chancen für unsere Unternehmen. Und auch unsere Gäste erwarten zunehmend ganz selbstverständlich, dass digitale Services im Urlaub vor Ort zu Verfügung stehen. Diese Erwartungshaltung stößt immer noch viel zu häufig auf eine viel zu schwach ausgebaute digitale Infrastruktur, die die ansonsten gegebenen digitalen Möglichkeiten ausbremst“, so Arno Ulrichs, Federführer des Bereichs Tourismus bei der IHK Niedersachsen (IHKN) in seiner Begrüßungsrede.

Ähnlich äußerte sich Niedersachsens Wirtschaftsminister Dr. Bernd Althusmann in seinem Grußwort. „Die Erfolge der Vergangenheit zeigen: Die Tourismuswirtschaft ist krisenfest und seit Jahren auf Wachstumskurs. Allerdings dürfen wir uns auf den bisherigen Lorbeeren nicht ausruhen. Insbesondere die Digitalisierung stellt die Tourismusbranche vor große Herausforderungen. Diese sollten wir vielmehr als Chance begreifen – beispielsweise durch intelligentes Datenmanagement und durch neue, innovative und

digitale Angebote. Hierfür muss aber die nötige Infrastruktur geschaffen werden. Nur bei optimaler Versorgung aller Landesteile mit gigabitfähigen Anschlüssen und leistungsfähigen, mobilen Datendiensten können neue innovative Geschäftsmodelle und zukunftsfähige Arbeitsplätze entstehen.“

Insgesamt stehe die Tourismusbranche laut Ulrichs gut dar. Mit einem Zuwachs von 3,4 Prozent bei den Übernachtungen im letzten Jahr konnte mit insgesamt knapp 45 Millionen Übernachtungen ein neuer Rekord erzielt werden. Damit liegt Niedersachsen weiterhin auf Platz vier im Bundesranking. „Es gibt sicherlich keinen Anlass, sich zu verstecken“, so Ulrichs. Aber einen Grund, sich zurück zu lehnen sieht er auch nicht: „Zum einen beobachten wir, dass der Marktanteil Niedersachsens gegenüber wichtigen Wettbewerbern leicht abnimmt. Zum anderen hat es die Branche mit teils heftigen Wachstumsproblemen zu tun, vor denen wir nicht die Augen verschließen dürfen.“

Laut Ulrichs geht es neben der Digitalisierung um zwei weitere zentrale Themen: Arbeitsmarkt und Lebensraum. „Haben wir bis vor kurzem noch von einem Fachkräftemangel im Bereich Hotellerie und Gastronomie gesprochen, so müssen wir jetzt bereits von einem Arbeitskräftemangel auch für einfache Tätigkeiten sprechen“, so Ulrichs. Eine weitere Baustelle seien die starren Arbeitszeitregelungen, die kaum mit den besonderen Anforderungen aus Gastronomie und Hotellerie in Einklang zu bringen seien.

Die zweite Herausforderung ist, die touristische Region auch als Lebensraum attraktiv zu gestalten. Steigen Mieten und Immobilienpreise zu stark an, können sich Einheimische und Arbeitskräfte keinen Wohnraum mehr leisten. „Zurück bleiben Orte, die in der touristischen Saison überlaufen sind, wo aber das normale Leben, das lokale Miteinander, immer weiter zurückgedrängt wird. Und außerhalb der Saison wirken diese Ortschaften wie ausgestorben. Dann werden sie aber auch für Urlaubsgäste unattraktiv. Schließlich ist nichts wichtiger für den Urlaub in Niedersachsen wie die erlebte Authentizität.“

Anschließend vertiefte Minister Althusmann die Themen in einer Diskussionsrunde mit Unternehmern. Dr. Bernhard Brons von der Fährreederei AG EMS, Claudia Klamp, Inhaberin des Cafés Zeitgeist, Norbert Kloodt, Präsident des Campingplatzverbands Niedersachsen und Bernhard Dohne, Strandperle Hotels Cuxhaven, schilderten ihre Erfahrungen aus der Praxis und gaben konkrete Beispiele, an welchen Schrauben die Landespolitik drehen müsste. In einer zweiten Runde stellten sich die tourismuspolitischen Sprecher der Landtagsfraktionen den Fragen des Publikums.

Der zweite Tag startete mit einer Einleitung zum Thema künstliche Intelligenz. Hier skizzierte Florian Bauhuber von Tourismuszukunft auf Basis konkreter Beispiele die Chancen und Herausforderungen Künstlicher Intelligenz für den Tourismus in Niedersachsen. Anschließend sprach Karsten Heinson, dwif-Consulting GmbH, von digitaler DNA und neuen Spielregeln: Der digitale Wandel in Destinationen und Tourismusbetrieben.

Im Anschluss warteten sechs hochkarätig besetzte Foren auf die Teilnehmer. Stefan Möhler von netzvitamine sprach über den Wettbewerb um Aufmerksamkeit, Florian Bauhuber vertiefte das Thema Open Data, Olaf Schlieper von der DZT zeigte praktische Beispiele der digitalen Kommunikation – inklusive einer virtuellen Radtour. In der zweiten Runde stellte Dr. Maik Fischer vom Heilbäderverband Niedersachsen die digitale Mehrwertstrategie des Staatsbads Pyrmont vor, zeigte Tina Voß, warum beten und warten beim Recruiting nicht mehr hilft und verdeutlichte Bernd Dettmers von net.e, wie Hacker heutzutage vorgehen.

Kooperationspartner des 18. Tourismustags Niedersachsen waren der Deutsche Hotel- und Gaststättenverband Niedersachsen, die TourismusMarketing Niedersachsen GmbH, der Heilbäderverband Niedersachsen, der Sparkassenverband Niedersachsen und der Tourismusverband Niedersachsen. Ideell unterstützt wurde die Veranstaltung von den kommunalen Spitzenverbänden. Die STADE Marketing und Tourismus GmbH war zusammen mit der Hansestadt Stade für das touristische Rahmenprogramm und die Abendveranstaltung verantwortlich.



Wir danken Nicolai Heise
für die Fotos.





„Wir freuen uns über die gute aktuelle Geschäftslage. 60 Prozent der Unternehmen bewerten die aktuelle Geschäftslage als gut. Dass der Klimaindex dennoch leicht zurückgeht, hat zwei Gründe: Traditionell liegt der Klimaindex bei der Herbstumfrage immer etwas niedriger. Und nach zwei ausgesprochen guten Sommern ist es auch normal, dass die Erwartungen nun leicht zurückgehen. Insgesamt erwarten aber 83 Prozent, dass sich die Geschäftslage gleich oder günstiger entwickelt“, so IHKN-Geschäftsführer Hendrik Schmitt.

ZAHLEN & FAKTEN

SAISONUMFRAGE: ZUFRIEDEN MIT DER SOMMERSAISON, ABER SORGEN BLEIBEN

Zweimal im Jahr befragt die IHK Niedersachsen die Hotel- und Gaststättenbranche nach ihrer Geschäftslage. Hier die wichtigsten Ergebnisse der Herbstumfrage:

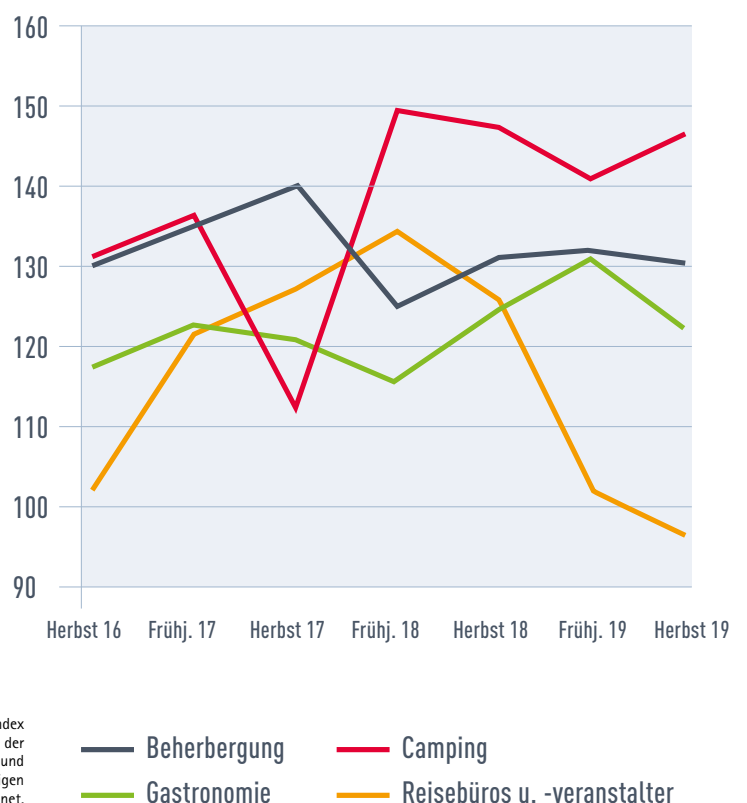
Die Tourismusbranche blickt zufrieden auf die Sommersaison zurück. 60 Prozent der niedersächsischen Unternehmen der Hotel- und Gaststättenbranche bewerten die aktuelle Geschäftslage als gut. Das sind fünf Prozent mehr als im Frühjahr. Dennoch sank der Klimaindex von zuletzt 132 auf nunmehr 127 Punkte.

GESCHÄFTSLAGE

- Bei 43,6 Prozent der Unternehmen ist der Umsatz gestiegen.
- Die Auslastung lag in der vergangenen Saison ähnlich wie im Vorjahr bei 61 Prozent.
- Als größtes Risiko benennen 73 Prozent der Befragten den Fachkräftemangel, gefolgt von Energiepreisen (56 %) und Arbeitskosten (49 %).

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

DER IHKN-KONJUNKTURKLIMAINDEX



MANGEL AN ARBEITSKRÄFTEN

DEN FACHKRÄFTEMANGEL SEHEN DIE MEISTEN UNTERNEHMEN ALS GRÖSSTES GESCHÄFTSRISIKO IN DEN KOMMENDEN ZWÖLF MONATEN. DAS HAT FOLGEN:

68 % FÜRCHTEN MEHRBELASTUNG DER MITARBEITER

67 % FÜRCHTEN STEIGENDE ARBEITSKOSTEN

56 % FÜRCHTEN EINSCHRÄNKUNG DES ANGEBOTS BZW. ABLEHNUNG VON AUFTRÄGEN

50 % KÖNNEN DERZEIT OFFENE STELLEN LÄNGERFRISTIG NICHT BESETZEN, WEIL KEINE PASSENDEN ARBEITSKRÄFTE ZU FINDEN SIND

FACHKRÄFTE AUS DEM AUSLAND

61 % WÜNSCHEN SICH MEHR INFORMATIONEN / UNTERSTÜTZUNG, UM FACHKRÄFTE AUS DRITTSTAATEN ZU BESCHÄFTIGEN

52 % HABEN IN DEN LETZTEN JAHREN FACHKRÄFTE AUS DEM AUSLAND EINGESTELLT

43 % GABEN AN, DASS DIE EINSTELLUNG VON ARBEITSKRÄFTEN AUS DRITTSTAATEN BISLANG ZU AUFWENDIG IST

36 % MÖCHTEN IN ZUKUNFT GEZIelt FACHKRÄFTE AUS NICHT-EU-LÄNDERN ANWERBEN

Inwieweit das Fachkräfteeinwanderungsgesetz (FEG) helfen kann, Fachkräftelücken zu schließen, sind die Unternehmer geteilter Meinung. Rund 15 Prozent stimmten zu, ebenso viele waren anderer Meinung. Nur 27 Prozent gaben allerdings an, dass ihnen die Regelungen bekannt seien.



Alle Ergebnisse der Saisonumfrage finden Sie unter www.ihk-n.de. Die niedersächsischen IHKs befragen halbjährlich Mitgliedsbetriebe aus Beherbergung und Gastronomie sowie Reisebüros und Reiseveranstalter. An der Umfrage beteiligten sich rund 600 Unternehmen. Um belastbare Aussagen treffen zu können, sind wir auf Ihre Unterstützung angewiesen. Melden Sie sich gerne für weitere Informationen bei Ihrer IHK.

QUALITÄT IST AUCH NACHHALTIGKEIT

DER TOURCERT CHECK ALS WERKZEUG BEI SERVICEQUALITÄT DEUTSCHLAND

Q-NEWS

Ende vergangenen Jahres fiel der Startschuss der Zusammenarbeit zwischen TourCert und ServiceQualität Deutschland (SQD) e.V. Gemeinsam wollen wir die Qualität und Nachhaltigkeit der touristischen Leistungskette weiter stärken und entwickeln. Seitdem haben bereits einige Unternehmen den TourCert Check als Q-Werkzeug eingesetzt und damit die Grundlage für ein nachhaltiges und qualitätsorientiertes Wirtschaften geschaffen.

Das Thema Nachhaltigkeit spielt eine immer wichtigere Rolle. In Zeiten des Klimawandels sollte jede/r seinen Beitrag zu einem verantwortungsvollen Umgang mit unserer Umwelt und den zur Verfügung stehenden Ressourcen leisten. Gerade der Tourismus als wichtiger Wirtschaftsfaktor bietet dafür enorm viel Potential.

Der TourCert Check als ein Q-Werkzeug bietet die Möglichkeit, ohne weitere Zusatzkosten, einen Schritt in Richtung nachhaltigem Arbeiten zu gehen. Er unterstützt dabei, ein konsequentes Nachhaltigkeitsmanagement in das Unternehmen zu integrieren. Zusätzlich eröffnet die Selbstanalyse im TourCert Check die Gelegenheit, zu überprüfen, inwieweit das Unternehmen schon einen Beitrag zum nachhaltigen Tourismus leistet und an welcher Stelle es noch Optimierungsbedarf geben könnte.

Haben Sie auch Interesse daran, das Thema Nachhaltigkeit weiter voranzubringen und Ihren Beitrag für eine bessere Zukunft zu leisten? Mit dem TourCert Check ist dies innerhalb einer Q-Zertifizierung ohne Mehrkosten möglich.

Weitere Informationen finden Sie auf

www.q-deutschland.de und auf www.tourcert.org



BUNDESWEITER QUALITÄTSTAG AUCH IN NIEDERSACHSEN

Unter dem Motto „4 Standorte – 1 Qualitätstag“ findet im kommenden Jahr zum ersten Mal eine bundesweite Veranstaltung von ServiceQualität Deutschland (SQD) statt. Der Q-Tag findet parallel in Bad Belzig (BB), Lüneburg (NI), München (BY) und Trier (RP) statt. Merken Sie sich daher heute schon den 11. Februar 2020 vor (Veranstaltungsort in Niedersachsen ist Lüneburg).

Carsten Rath, vom Nachrichtensender n-tv als „Service-Experte Nr. 1 in Deutschland“ bezeichnet, wird den Qualitätstag mit seiner Keynote zum Thema „Service ist die Zukunft – Kundenbegeisterung im digitalen Zeitalter“ einleiten. In seinem Impulsvortrag zeigt Carsten Rath, wie Sie sich auch in Zukunft effektiv vom Wettbewerb absetzen können. Der Vortrag vermittelt Strategien

und konkrete Handlungsoptionen, um Kunden gerade im digitalen Zeitalter durch menschliche Nähe zu begeistern.

Anschließend soll das Thema der Keynote in verschiedenen Workshops vertieft und konkrete Ideen entwickelt werden. Nutzen Sie die neuen Impulse und die Zeit zum Netzwerken.

Die offizielle Einladung mit der Anmeldung sowie weitere Informationen folgen in Kürze. Hintergrundinformationen zu der Initiative ServiceQualität Deutschland finden Sie unter www.q-deutschland.de/q-tag/



TERMINE 2020

Q-SEMINARE

Die neuen Seminartermine für 2020 stehen fest und können unter www.q-deutschland.de gebucht werden.

Das Seminarangebot der Qualitätsinitiative ServiceQualität Deutschland reicht dabei wieder von 1,5-tägigen Q-Seminaren über Auffrischungs-Seminare bis hin zu Workshops.

Die Seminarformate 2020 im Überblick:
Die Q-Seminare zeigen auf, wie man mit kreativen Methoden Erlebnisqualität schafft und stellen Werkzeuge zur Optimierung der Servicequalität vor. Zudem liefern sie Ideen und Anregungen, wie Verbesserungen angestoßen und Serviceideen umgesetzt werden können. Darüber hinaus wird die Berechtigung und Befähigung erlangt, geeignete Q-Werkzeuge zu buchen und das Unternehmen zur Zertifizierung nach SQD zu führen.

Das eintägige Q-Refresher-Seminar ist für alle Q-Coaches gedacht, deren Ausbildung schon

länger zurückliegt und stellt Neuerungen des Systems vor. Zudem werden Ideen und Anregungen für die Qualitätsarbeit gegeben.

Die Q-Themenworkshops behandeln die Themen Kundenfeedback sowie Mitarbeiterbindung und -motivation. Die Teilnehmer werden für das jeweilige Workshopthema sensibilisiert und lernen die Bedeutung für den eigenen Betrieb kennen. Darauf aufbauend werden konkrete Verbesserungsmaßnahmen zur Umsetzung im Betrieb erarbeitet sowie passende Werkzeuge zur Selbstanalyse vorgestellt.

Im Ideenworkshop können die Teilnehmer selbst bestimmen, welche thematischen Schwerpunkte ihnen wichtig sind und somit den Ablauf aktiv mitgestalten. Dabei stehen beispielsweise die Maßnahmenfindung oder die Umsetzung von Servicequalität im Betrieb zur Auswahl.

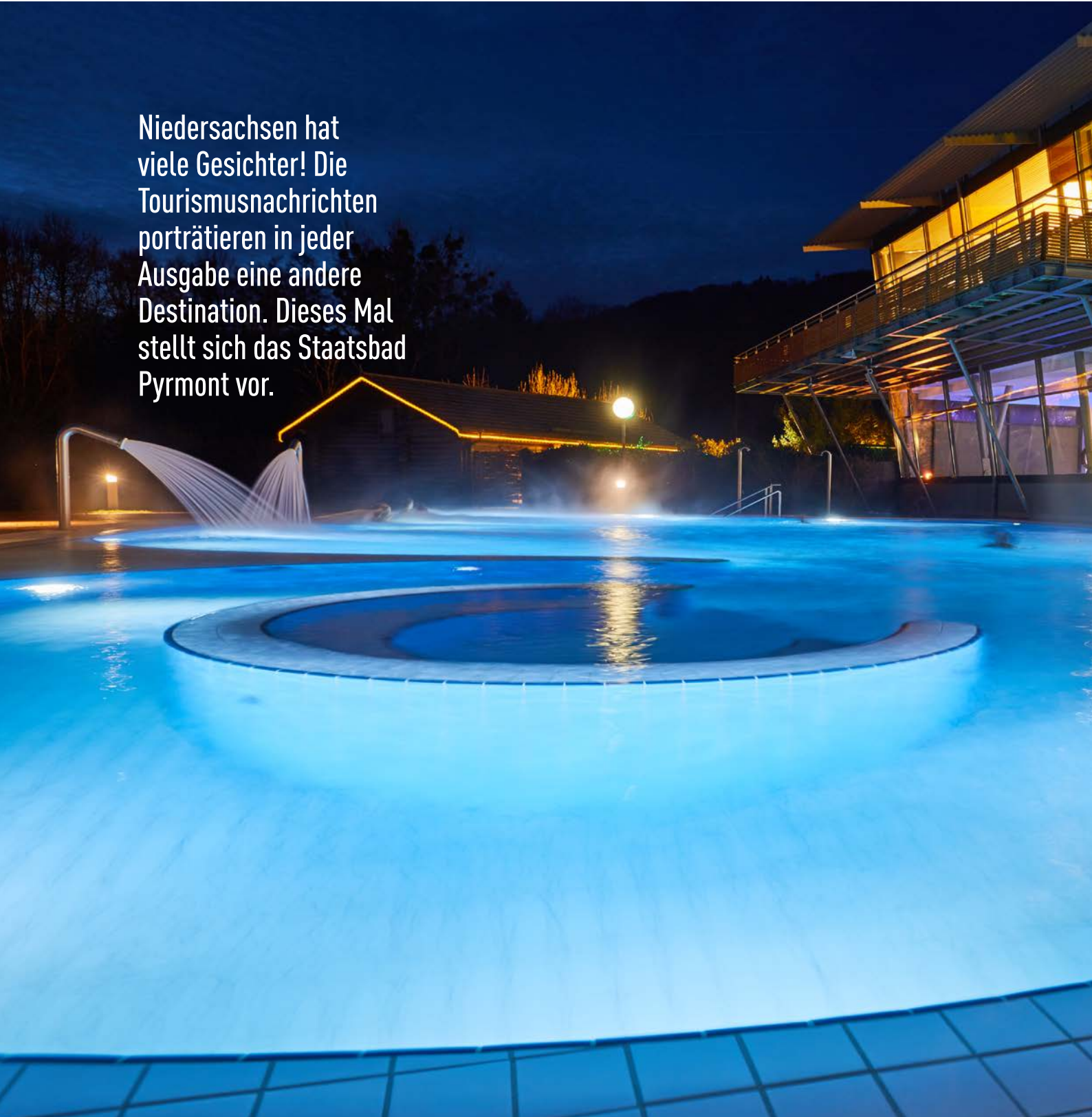
DIE NÄCHSTEN SEMINARTERMINE:

- Q-Seminar
Industrie- und Handelskammer
Lüneburg-Wolfsburg in Lüneburg
13. bis 14.02.2020
- Q-Workshop „Kundenfeedback –
Wichtiger Impulsgeber und Instru-
ment zur Kundenbindung“
I.Q. FreiRäume in Hannover
26.02.2020
- Q-Seminar
Jugendgästehaus Wolfenbüttel
18. bis 19.03.2020
- Q-Refresher
Handelshaus Hannover
11.06.2020
- Q-Seminar
Akademihotel Rastede
08. bis 09.09.2020
- Q-Ideenworkshop
Handelshaus Hannover
17.09.2020
- Q-Workshop „Mitarbeiterbindung
und -motivation als Schlüssel
zum Unternehmenserfolg“
Hotel-Restaurant Altes Stadthaus
in Westerstede
03.11.2020
- Q-Seminar
Handelshaus Hannover
11. bis 12.11.2020

Anmeldung unter
www.q-deutschland.de

Rundreise durch Niedersachsen

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



BAD PYRMONT



Gesund & Glücklich

Die Gesundheitsdestination Bad Pyrmont

Wer in das Spa & Gesundheitsresort Bad Pyrmont kommt, der legt Wert auf seine Gesundheit, sucht Heilung, Erholung oder Entspannung in einem der traditionsreichsten aber auch modernsten Bädern Europas, wie das Prädikat „TOP 20 Kurort 2019 in Deutschland“ (Focus Gesundheit) und die Auszeichnung „European innovative Spa Destination Award 2018“ (Europäischer Heilbäderverband) bestätigen.

An die 800.000 Übernachtungen zählt das Staatsbad Pyrmont jährlich im Bereich des Gesundheits- und Kulturtourismus. Und die Tendenz ist steigend, denn viele Menschen haben bereits erkannt: Gesundheit ist des Menschen höchstes Gut. Deshalb hat das Staatsbad Pyrmont den Markenkern „Gesund und Glücklich“ als Qualitätsversprechen in allen Bereichen als Leistungsziel gesetzt.

GESUNDHEIT IST DAS HÖCHSTE GUT

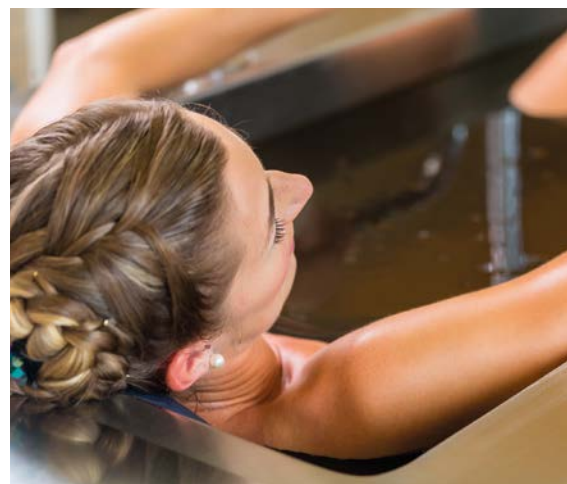
Besonders in der heutigen Zeit sind wir Menschen teilweise intensiven körperlichen und geistigen Herausforderungen ausgesetzt – das kostet Kraft und benötigt Resilienz. Stress und Multitasking sind Begriffe, die den Alltag oft beherrschen. Doch wer nicht auf sein ganz persönliches Ausgleichs- und Achtsamkeitskonto einzahlt, powert seinen Körper und seinen Geist aus. Die Folge: der Akku ist leer, gesundheitliche Störungen können sich einstellen. Bewusst entscheiden sich deshalb viele für Präventions- und Optimierungsmaßnahmen, um ganzheitlich Körper, Geist und Seele gesund zu erhalten oder einen angemessenen Gesundheitszustand wieder herzustellen. Im B2B Portfolio des Staatsbades ist das betriebliche Gesundheitsmanagement angesiedelt. Hier werden individuell auf die jeweiligen Unternehmen abgestimmte Gesundheitsprogramme entworfen und angeboten, die dann von den hauseigenen Ernährungsexperten, Physio-

therapeuten und Stressmanagement-Coaches umgesetzt werden. Im B2C Bereich ist das Staatsbad Pyrmont der Kompetenzpartner für „Gesundheit und Lebensfreude“ und bietet sowohl für den Individual- als auch für den Gruppenreisenden eine Vielzahl von Möglichkeiten, den Akku wieder „aufzuladen“ und eine nachhaltige, wirksame Lebensstiländerungen zu ermöglichen – im gesundheitlichen, touristischen und kulturellem Bereich. Ein „All Inklusiv“ Angebot ist hier im täglichen Programm „Pyrmont Plus – Gesund und Glücklich“ zu finden. Dieses Angebot beinhaltet nicht nur mehrmals täglich Bewegungs-, Sport-, Kultur- und Freizeitangebote, sondern auch Stressmanagement- und Achtsamkeitstrainings. Darüber hinaus können die Gäste den 5 Sterne WellnessTempel die Hufland Therapie kostenfrei nutzen, sich im Kurpark erholen und vieles mehr.

Die Quellen und das CO₂-Quellgas, die natürlichen Heilmittel, sind der größte Schatz von Bad Pyrmont. Mehrere Quellen befinden sich im Ausschank in der sogenannten Trinkkur in der Wandelhalle. Die Quellwasser des „Hylligen Born“, der „Helenenquelle“, der „Trampellequelle“, der „Wolfgangquelle“ und der „Fried-

DER SCHATZ VON BAD PYRMONT

Ihren Weltruf verdankt die Stadt den ortsspezifischen Heilmitteln wie Naturmoor, Naturheilquellen (Sole- und Eisenhaltige) und Naturkohlendensäure (CO₂-Quellgas).





richquelle" und der „Hufelandquelle" können Krankheitsverläufe positiv beeinflussen und dienen dem ganzheitlichen Heilansatz. Auch das einzigartige natürliche CO₂-Quellgas wird therapeutisch bei Hauterkrankungen und schlecht heilenden Wunden eingesetzt. Mit diesen Heilmitteln, den heutigen medizinisch-therapeutischen Kompetenzen und den natürlichen Möglichkeiten für Ruhe und Entspannung bietet das Staatsbad Pyrmont den Patienten und Gästen die optimalen Voraussetzungen für gesundheitliche Regeneration und Prävention.

RUHE UND ERHOLUNG

Ein Besuchermagnet, aber auch Oase der Ruhe ist die einzigartige Kurparkanlage, eine Mischung aus streng barockem Alleensystem und englischem Landschaftsgarten. Gleichzeitig ist der Kurpark eine der schönsten Parkanlagen Europas. Er wurde bereits mehrfach national und international prämiert, u. a. mit

dem „Green Flag Award". Zahlreiche Palmen verschiedener Arten und mehrere hundert subtropische Gewächse begeistern alle Besucher dieser Anlage.

Die mit 5 „Wellness Stars" ausgezeichnete Hufeland Therme bietet den Gästen wunderbare Wellnesswelten auf einer Insel der Ruhe und Erholung mit drei Soleschwimmbecken mit wohltuender 2% Sole bei 33 Grad Wassertemperatur, einem exzellenten Spa-Bereich mit verschiedensten Saunen und einem großzügigen Saunagarten. Meersalzgrotte, Whirlpool und Schneeparadies runden das vielfältige Angebot ab.

Für das Staatsbad Pyrmont ist die Kultur ein wichtiger Faktor für einen attraktiven Gesundheitsstandort: „Kunst wäscht den Staub des Alltags von der Seele", sagte einmal Pablo Picasso. Ein Kulturprogramm mit zahlreichen Veranstaltungen aus den unterschiedlichsten Bereichen wie Theater, Comedy, Kabarett, Kleinkunst, klassische Konzerte, Rock, Pop bis hin zu Gesundheits- und Fachvorträgen unterhält Patienten, Gäste und Bürger. Sie können mit dieser kulturellen Vielfalt eine Pause vom Alltag einlegen, die Seele baumeln lassen – einfach einmal loslassen.

Durch die zunehmende Branchenverschmelzung von Gesundheit und Tourismus befinden sich die Kur- und Heilbäder in einem neuen Strukturanpassungsprozess mit verändertem Wettbewerbsumfeld. Die Ansprüche der Kunden steigen, sie erwarten mehr Flexibilität, Individualität und Erlebnis. Bad Pyrmont ist darauf vorbereitet, der Gesundheitsstandort hat frühzeitig auf die veränderte Wettbewerbslandschaft reagiert und auch im Gesundheitstourismus eine Vielzahl von neuen Angeboten geschaffen.



KONTAKT

Niedersächsisches Staatsbad Pyrmont
Betriebsgesellschaft mbH
Heiligenangerstraße 6
31812 Bad Pyrmont

Maik Fischer
Geschäftsführer und Kurdirektor
Telefon 05281 151501
kurdirektion@staatsbad-pyrmont.de
www.staatsbad-pyrmont.de


STAATSBAD PYRMONT
Gesundheit und Lebensfreude

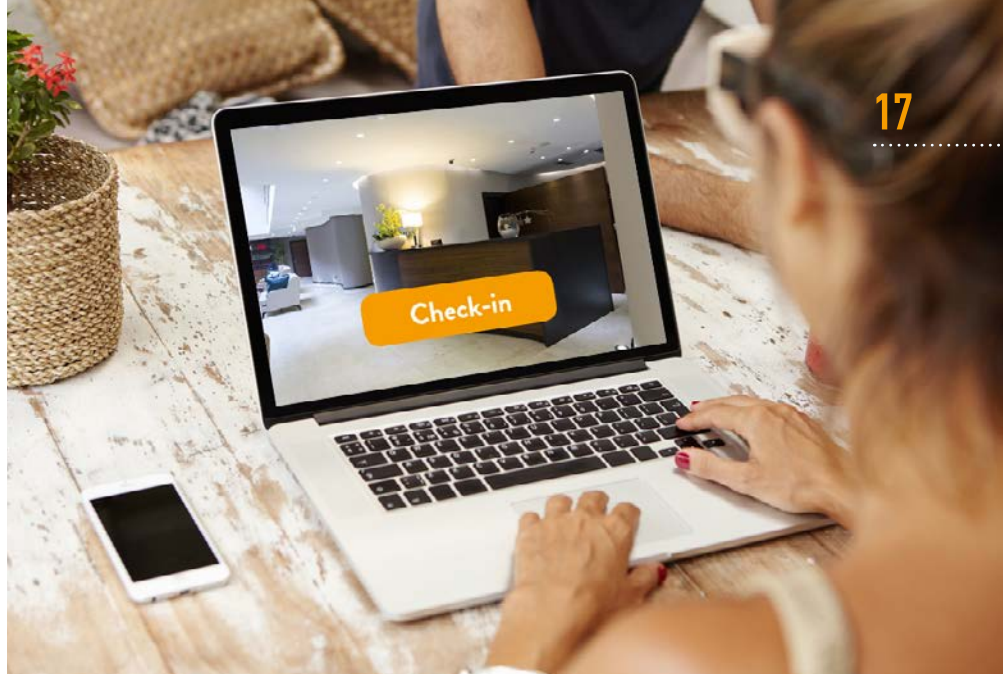


Sie würden Ihre Destination gerne in einer der nächsten Ausgaben sehen? Dann melden Sie sich bei der Tourismusnachrichten-Redaktion unter kerstin.kontny@demden.ihk.de

IHR GUTES RECHT

DIGITALER MELDESCHAIN

Das im November verabschiedete Bürokratieentlastungsgesetz III enthält auch die von vielen Unternehmen in der Branche seit langem erhoffte Abschaffung des Meldescheins aus Papier – oder besser: Es eröffnet die Möglichkeit, dass sich der Gast digital ausweist. „Das spart nicht nur unzählige Tonnen von Papier, sondern senkt auch Kosten und Bürokratie bei der Aufbewahrung und Entsorgung der Meldescheine“, begrüßte DTV-Geschäftsführer Norbert Kunz die Pläne im September. Nach Recherchen der AHGZ werden dabei allerdings neue Hürden geschaffen. Denn der künftige digitale Check-in erfordert bestimmte technische Voraussetzungen. So soll das Unterschreiben durch andere, ebenfalls als sicher geltende Verfahren ersetzt werden. Im Gesetzentwurf werden dazu zwei Möglichkeiten angeführt: Die sogenannte „Starke Kundenauthentifizierung“ (Strong Customer Authentication/SCA), die auch bei Bezahlvorgängen im Rahmen der neuen Zahlungsdienstrichtlinie verlangt wird, sowie die elektronischen Funktionen des Personal-



ausweises. Laut AHGZ geht der Gesetzgeber von Umstellungskosten in Höhe von ca. 6,4 Mio. Euro aus, denen eine Entlastung von jährlich rund 52. Mio. Euro gegenüberstehen.

Der DTV weist daher vor allem auf Hürden für kleine Gastgeber hin. Oberstes Ziel der Überarbeitung müsse es sein, eine nachhaltige Erleichterung – finanziell wie auch bürokratisch – für Deutschlands Gastgeber und Gäste zu erreichen. „Es braucht Lösungen, die ohne großen Aufwand und Investitionen für die Gastgeber umsetzbar sind“, sagte Norbert Kunz.

Ungeachtet der geplanten elektronischen Meldescheine soll es auch weiterhin erlaubt bleiben, die Meldung auf Papier vorzunehmen.

WEGWEISENDES URTEIL: FAKE-BEWERTUNGEN SIND RECHTSWIDRIG

Im Februar 2019 hat HolidayCheck beim Landgericht München Klage gegen das Unternehmen Fivestar Marketing UG eingereicht (wir berichteten). Klagegrund waren die nachweislich gefälschten Bewertungen, die das Unternehmen an Hotels verkauft hatte. Das erklärte Ziel von HolidayCheck: für den Urlauber einzutreten, sowie den Initiatoren und deren unlauteren Methoden das Handwerk zu legen. Am 14.11.2019 wurde nun das Urteil gesprochen. Es gibt HolidayCheck in allen Punkten recht und stuft Fake-Bewertungen als klar rechtswidrig ein.

Die Authentizität von Bewertungen ist die Grundlage des Geschäftsmodells der Reisebuchungs- und Bewertungsplattform. Ende 2018 deckte HolidayCheck ein breites Netzwerk an Bewertungsfälschern auf. Bei den Auftraggebern für fingierte Bewertungen handelte es sich um über 50 Hotels in Deutschland, Österreich und der Schweiz. Diese versuchten, sich mittels gekaufter positiver Bewertungen bei Fivestar Marketing einen Vorteil bei potenziellen Gästen zu erschleichen. Die Bewertungen wurden durch freie Mitarbeiter im Auftrag von Fivestar Marketing verfasst. Laut Urteil des Landgerichts München, darf Fivestar künftig keine Bewertungen mehr von Personen verkaufen, die nicht tatsächlich in dem jeweiligen Hotel oder Ferienhaus übernachtet haben. Das Unternehmen muss zudem dafür Sorge tragen, dass die entsprechenden Fake-Bewertungen gelöscht werden und HolidayCheck Auskunft geben, von wem die gefälschten Bewertungen stammten.

FACHKRÄFTEEINWANDERUNGSGESETZ

Am 1. Januar 2020 tritt das Fachkräfteeinwanderungsgesetz in Kraft. Es ist Teil des Migrationspaktes und soll den Rahmen für eine gezielte und gesteigerte Zuwanderung von qualifizierten Fachkräften aus Drittstaaten schaffen. Zentrale Punkte sind, dass der Zuzug von Personen mit beruflichen Abschlüssen nicht mehr auf sogenannte „Engpassberufe“ beschränkt ist, bei IT-Berufen 5 Jahre Berufserfahrung eine Anerkennung des Abschlusses ersetzen und die Prüfung, ob ein EU-Bürger einen vorrangigen Anspruch auf den Arbeitsplatz hat (Vorrangprüfung), weitgehend wegfällt. Nach Einschätzung des DIHK-Tourismusausschusses bieten diese Neuerungen allerdings wenig Potenzial, dem derzeitigen Arbeitskräftemangel in Hotellerie und Gastronomie zu begegnen. In diesen Zweigen fehle es auch an einfachen Arbeitskräften, die von dem Gesetzesentwurf nicht betrachtet werden. Die Anerkennung von Ausbildungsabschlüssen im Ausland wiederum sei oftmals nicht möglich, da die in der Hotellerie und Gastronomie gesuchten Berufe in den Drittstaaten in der Form nicht ausgebildet werden.

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

GOSLAR:

„Modernes Leben in historischem Ambiente“

Städte stehen im Wettbewerb um Unternehmen, Touristen, Fördergelder und Einwohner. Der moderne Ansatz von Stadtmarketing rückt eine Stadt als Ganzes in den Vordergrund. Goslar erlebt aktuell eine gute Zeit. Die Wirtschaft brummt, die Einwohnerzahlen sind stabil und die Region Harz und Goslar gewinnen jährlich touristische Marktanteile. Die GOSLAR marketing gmbh (GMG) hat in den letzten Jahren vor allem Tourismusförderung betrieben und lebendige Veranstaltungen für Bürger und Besucher organisiert. 2018 wurde die „Strategische Entwicklungsperspektive 2025“ erarbeitet, die der GMG für die nächsten Jahre die Richtung weist und die Aufgaben der Gesellschaft erweitert. Der Fokus wird weiterhin im Bereich Tourismusmarketing und Veranstaltungen liegen. Zusätzlich werden die Bereiche Bürgermarketing, Kulturmarketing und Standortmarketing gestärkt.

So wird z.B. durch die Imagekampagne „Wir für Goslar“ die Identifikation der Bürger mit der Stadt gefördert. Meist unbekannte, aber Interessante und lustige Fakten über Goslar werden derzeit auf Plakaten, Bannern, Schaufenstern und in Bussen in der Stadt präsentiert, um Goslarern und Besuchern eine positives, etwas anderes Bild Goslars zu vermitteln. Dabei gilt es insbesondere kleine, bürgernahe Formate zu entwickeln, schon bereits bestehende Kulturmaßnahmen zu unterstützen und Bürgerbeteiligung zu organisieren. So hat die GMG in anderthalb Jahren eine „Open Stage“ erfolgreich etabliert, auf der sich regionale Künstler aus allen Bereichen auf einer offenen Bühne einem Publikum präsentieren. Drei

bis vier Mal im Jahr wird so die Brücke zwischen Kultur- und Bürgermarketing geschlagen.

Beim Kulturmarketing handelt es sich aufgrund des Weltkulturerbe Status der Altstadt um eine weitere Kernaufgabe. Erste Erfolge lassen sich in der deutlichen Steigerung der ausländischen Übernachtungsgäste ablesen, für die das Thema UNESCO Welterbe einen starken Reiseanlass darstellt.

Ziel des Standortmarketing ist die Stärkung des Einzelhandels und der Wirtschaft, sowie die Attraktivierung als Wohnstandort. So wurde vor einem Jahr, in Kooperation mit der Goslarer Kaufmannsgilde und der Goslarer Wirtschaftsförderung erfolgreich der „Goslar Einkaufsgutschein“ ins Leben gerufen. Bereits über 80 Partner im Stadtgebiet aus den Bereichen Gastronomie, Einzelhandel sowie Kultur- und Freizeiteinrichtungen konnten für das Projekt gewonnen werden und stärken somit den Wirtschaftsstandort Goslar.

Goslar setzt nicht nur auf die Karte „Tourismus“, sondern setzt Entwicklungsimpulse in den verschiedenen Bereichen der Stadt. Dazu werden große innerstädtische Bauprojekte in den kommenden 2 Jahren fertiggestellt (Historisches Rathaus und Kulturmarktplatz), die zusätzlichen Schwung entfalten werden. Eine Welterbe-Altstadt mit 1.500 Fachwerkhäusern, von denen 250 Häuser älter als 500 Jahre sind, ist durch ihren Schutzstatus auch eingeschränkt, aber durch Engagement und Ideenreichtum von ganz vielen Akteuren kann man ein stimmungsvolles und doch modernes Stadtleben weiter entwickeln.

FRISCHLUFTFANATIKER
Hahnenklees Luftwerte sind einfach spitze.

Eine Aktion der GOSLAR marketing gmbh und der Wirtschaftsförderung der Stadt Goslar

wirfurgoslar.de

BAD GRUND:

Erneut „staatlich anerkannter Ort mit Heilstollenkurbetrieb“

Alle staatlich anerkannten Kur- und Erholungsorte werden auf Basis § 4 Absatz 1 der Kurort-Verordnung alle 10 Jahre einer Überprüfung unterzogen. Bad Grund wurde nun erneut als „staatlich anerkannter Ort mit Heilstollenkurbetrieb“ prädikatisiert. Grundlage dafür sind Angaben in einem Erhebungsbogen, Nachweise und Gutachten, Eindrücke



einer Ortsbegehung mit Vertretern des zuständigen Wirtschaftsministeriums und des Beirates für Kurorte (auch beteiligt: die Industrie- und Handelskammern) sowie die Ergebnisse von dessen Stellungnahmen. Mit dem Eisensteinstollen als Heilstollen, der seit 1987 Naturheilstätte zur Behandlung von Atemwegserkrankungen und Allergien durch Speläotherapie ist, verfügt Bad Grund in Niedersachsen über ein Alleinstellungsmerkmal. Bundesweit gibt es lediglich 10 Heilstollen-Therapiezentren.

Hinweis: In einer aktuellen [Broschüre](#) informiert die IHK auf acht Seiten über die staatliche Anerkennung von Tourismusorten und stellt die in der IHK-Region als Kurorte und Heilbäder, Luftkurorte, Erholungsorte und Ausflugsorte prädikatisierten Tourismusorte in einer Karte dar.

ZERTIFIKATSLEHRGANG „CITYMANAGER/QUARTIERSMANAGER (IHK)“

Bereits zum neunten Mal bietet die IHK Hannover im kommenden Jahr den Zertifikatslehrgang „Citymanager(in)/Quartiersmanager(in) (IHK)“ an. Die neun Module (u. a. Brand your District – Markenbildung für Stadtquartiere; Basiskenntnisse der innerstädtischen Immobilienwirtschaft; Analysen, Konzepte und Instrumente für die Quartiersentwicklung; Feste sicher feiern – Eventmanagement) umfassen insgesamt 80 Unterrichtsstunden mit etlichen Praxiseinheiten. Diese werden an neun Tagen (10. bis 14. Februar und 25. bis 28. Februar 2020) durchgeführt. Den Abschluss bilden eine kurze Projektarbeit sowie eine Projektpräsentation am 4. Mai 2020. Die Teilnahme am Lehrgang kostet 1.700 Euro zzgl. 19 % USt. (brutto: 2023 Euro). Eine Anmeldung kann [hier](#) erfolgen.

Information/Anmeldung:

IHK Projekte Hannover GmbH, Hans-Hermann Buhr,
Telefon 0511 3107-377, buhr@hannover.ihk.de



IHK HANNOVER



KONTAKT

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

SEMINAR: SIND SIE FIT FÜR DEN INTERNATIONALEN GAST?

Am 20. Februar 2020, 10 bis 16 Uhr, findet für touristische Betriebe und Organisationen im Handelshaus des Handelsverbandes Hannover e. V. ein Seminar „Sind Sie fit für den internationalen Gast?“ statt. Die Teilnahme kostet 180 Euro zzgl. 19 % USt. (brutto 214,20 Euro). Hauptreferentin: Lydia B. Albers, Seminare & Trainings, Behringen-Bispingen.

Information/Anmeldung:

IHK Projekte Hannover GmbH, Hans-Hermann Buhr,
Tel. 0511/3107-377, buhr@hannover.ihk.de



**IHK LÜNEBURG-
WOLFSBURG**

FVW TOURISTIK CHAMPION KOMMT AUS DER NORDHEIDE:

Bester Reiseanbieter in der Kategorie Luxus

Das Unternehmen Honeymoon Travel GmbH & Co. KG wurde von einer namhaften 12-köpfigen Fachjury zum besten Reiseanbieter Deutschlands in der Kategorie Luxusreisen gekürt. Der Titel ‚FVW Touristik Champion‘ wird einmal jährlich in verschiedenen Kategorien vergeben. Den Reiseveranstalter Honeymoon Travel in Buchholz in der Nordheide gibt es seit 20 Jahren. Spezialisiert auf weltweite Strandhochzeiten, luxuriöse und exotische Hochzeitsreisen sowie ferne Flit-

terwochen, buchen mittlerweile Kunden aus Deutschland, Österreich und der Schweiz auch ihre individuellen Fernreisen als ‚normale‘ Urlaubsreisen bei Honeymoon Travel. Persönlicher Service und weltweite Zielgebietkenntnisse aller Mitarbeiter stehen dabei im Fokus. „Gern beraten wir die Kunden auch hier vor Ort in unserer Lounge“, so Reiseberaterin Anja Albers, deren Motto „ICH WILL das Beste für unsere Gäste“ ist.

www.touristik-champions.fvw.de/sieger/

BAUMWIPFELPFAD HEIDE-HIMMEL IST ERÖFFNET

Die Metropolregion Hamburg und der Naturpark Lüneburger Heide haben ein neues Wahrzeichen. Der Baumwipfelpfad Heide-Himmel am Wildpark Lüneburger Heide in Hanstedt Nindorf ist jetzt nach nur zweijähriger Planungs- und sechsmonatiger Bauzeit im Beisein des stellvertretenden niedersächsischen Ministerpräsidenten und Wirtschaftsministers Dr. Bernd Althusmann eröffnet worden. Der 700 Meter lange und barrierefreie Pfad bringt die Besucher durch alle Ebenen des Baumwachstums zum 40 Meter hohen Aussichtsturm, der bei gutem Wetter den Blick bis nach Hamburg ermöglicht. Außerdem ist ein Eingangsgebäude mit Kassenbereich, Restaurant und Souvenirshop entstanden. Das Investitionsvolumen des Pro-



jekts beträgt 6,5 Millionen Euro, das Land Niedersachsen hat sich mit 2,1 Millionen Euro daran beteiligt. „Der Baumwipfelpfad ist eine perfekte Kombination aus Abenteuer und Naturerlebnis“, so Rainer Rempe, Landrat des Landkreises Harburg.



KONTAKT

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

25. FEBRUAR IN LÜNEBURG: SOCIAL MEDIA FÜR TOURISTIKER

Wie unterscheiden sich Facebook, Instagram & Co.? – Die größten Fallen – Umgang mit Feedback – Best Practice Beispiele – Erlebnisse und Emotionen mit Geschichten wecken – Knappes Budget: wirkungsvolles und nachhaltiges Social-Media-Marketing durchführen. Informieren Sie sich zur Kraft der sozialen Netzwerke und lernen Sie sofort umsetzbare Wege zur Erhöhung der Sichtbarkeit und Positionierung Ihres Reisebüros, Landgasthofes oder Hotels. Nutzen Sie die Marketing- und Werbemöglichkeiten, so dass sich potentielle

Gäste angesprochen fühlen und den Urlaub bei Ihnen buchen. Neben der Kommunikation in sozialen Netzwerken erfahren Sie, wie Sie die unterschiedlichen Netzwerke für sich optimal nutzen können. Anhand von Praxisbeispielen setzen Sie im Seminar Ihre ersten Schritte um und erhalten Lösungen für den Alltag.

Das Seminar der IHK Lüneburg-Wolfsburg findet am 25.02.2020 von 9.00 bis 12.45 Uhr in Lüneburg statt. Die Teilnahme kostet 195 Euro. Weitere Infos & Anmeldung unter www.ihk-lueneburg.de

IHK-VOLLVERSAMMLUNG:

Nordwesten muss zuverlässig erreichbar sein

Immer wieder kommt es zu Zugausfällen und Verspätungen bei der NordWestBahn. Von den Einschränkungen sind Pendler, Geschäftsreisende, Touristen und die gesamte Wirtschaft betroffen.

Das veranlasste den Tourismusausschuss und Verkehrsausschuss der Oldenburgischen Industrie- und Handelskammer (IHK), sich mit der Bedeutung der Mobilität und verkehrlichen Erreichbarkeit im Oldenburger Land und Nordwesten zu befassen. Die Ausschüsse empfahlen der Vollversammlung sich gegenüber den Verantwortlichen bei Bund, Land, DB und NordWestBahn für ein verlässliches Angebot im Schienenpersonennahverkehr im Oldenburger Land und im Fernverkehr im Nordwesten unter Berücksichtigung der Belange des Schienengüterverkehrs einzusetzen. Die Vollversammlung hat ihre Position dazu am 3. September 2019 einstimmig beschlossen und fordert die Umsetzung konkreter Maßnahmen, wie z. B. Schaffung einer leistungsfähigen Infrastruktur, sofortige Op-

timierung der Organisation und Einsatzplanung der Zugführer/innen. Sie befürwortet ausdrücklich politische Initiativen für eine bessere Unterstützung der Eisenbahnverkehrsunternehmen (EVU) bei der Ausbildung und Qualifizierung, auch von Quereinsteigern aus dem In- und Ausland sowie eine konsequente Sanktionierung von Minderleistungen der EVU. Die geeigneten Maßnahmen seien kurzfristig einzuleiten und umzusetzen. Der Vorsitzende des IHK-Tourismusausschusses, Bernard Sieger, erklärt: „Der Nordwesten braucht ein gut funktionierendes Bahnangebot. Gerade für die Tourismuswirtschaft ist die Erreichbarkeit unverzichtbar. Drei Jahre auf Besserung warten – das ist nicht akzeptabel“, so Sieger. „Ich appelliere an die Verantwortlichen von Landesnahverkehrsgesellschaft und NordWestBahn, alle Register zu ziehen, um die Probleme alsbald in den Griff zu kriegen.“

Weitere Infos:

www.ihk-oldenburg.de/erreichbarkeit

„BLICK VON AUSSEN“ DER GASTRO-CHECK

Gastronomen können den Gastro-Check buchen und ihren Betrieb aus der Perspektive ihrer Gäste mit frischem „Blick von außen“ im Rahmen einer Erstberatung betrachten lassen. Antworten auf die Fragen „Wie wirkt mein Betrieb auf Gäste, die zum ersten Mal zu Besuch sind?“, „Was fällt besonders positiv auf?“ geben wertvolle Hinweise und neue Impulse für das eigene Unternehmen. Den Gastro-Check führen Gastronomen gemeinsam mit einer Vertreterin der IHK durch. Dauer: ca. 1–2 Stunden. Anmeldungen sind erforderlich.

Weitere Infos & Anmeldung:

www.ihk-oldenburg.de/gastrocheck

WEBSEITEN-CHECK IN 2020: 15. JANUAR IN WESTERSTEDDE & 13. MAI IN WILDESHAUSEN

Der Internetauftritt wird im Rahmen eines Sprechtagess jeweils von 09:00 bis 17:00 Uhr in Einzelgesprächen (45 Minuten) auf verschiedene Aspekte wie Gestaltung und Funktionalität überprüft. In der Beratung werden Anregungen und konstruktive Kritik direkt geäußert. Eine Anmeldung ist notwendig.

Weitere Infos & Anmeldung:

www.ihk-oldenburg.de/event/16189435



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
Telefon: 0541 353-211
www.osnabrueck.ihk24.de

BESUCHERMAGNET:

Baumwipfelpfad in Bad Iburg erstmals im Winter geöffnet

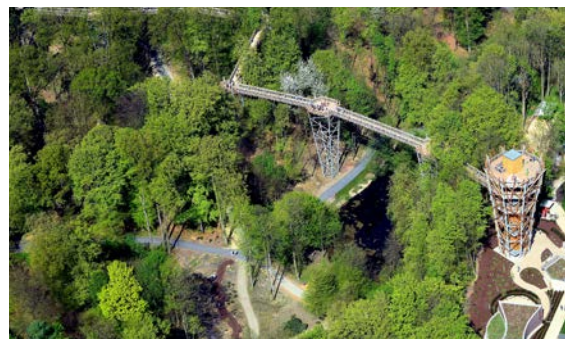
Seit Mitte April können das Iburger Schloss und der Waldkurpark wieder aus luftiger Höhe betrachtet werden. Dank der ganzjährigen Öffnungszeiten kann der Baumwipfelpfad erstmals auch im Winter genutzt werden.

Nach der erfolgreichen Landesgartenschau 2018 in Bad Iburg erfreut sich die barrierefreie Hauptattraktion der Ausstellung, der Baumwipfelpfad, weiterhin großer Beliebtheit. Auf dem 439 Meter langen Pfad können Besucher unter dem Motto „Tauch ein“ nicht nur die tolle Aussicht genießen, sondern sich auch über die Natur und Geschichte der Region informieren.

Bereits vor der Wiedereröffnung wurden knapp 2.000 Jahreskarten verkauft, an den ersten zehn Tagen wurden allein rund 10.000 Besucher registriert. Insgesamt werden sich die Besucherzahlen in diesem Jahr auf etwa

112.000 Personen belaufen. Es handelt sich also um eine nachhaltige Investition in die Attraktivität der Region. Regelmäßig finden zudem rund um den Baumwipfelpfad verschiedene thematische Veranstaltungen statt, die einen Besuch abrunden und auch der Stadt Bad Iburg zugutekommen.

Weitere Infos: www.baumwipfelpfad-badiburg.de



NORDHORN ALS „FAHRRADFREUNDLICHE KOMMUNE“ ZERTIFIZIERT

Die Stadt Nordhorn darf sich ab 2020 offiziell „Fahrradfreundliche Kommune“ nennen. Bürgermeister Thomas Berling nahm das entsprechende Zertifikat kürzlich in Lüneburg entgegen. Dort fand die Jahrestagung der Arbeitsgemeinschaft Fahrradfreundlicher Kommunen Niedersachsen/Bremen (AGFK) statt (siehe auch S. 6).

„Die Jury beeindruckte, dass der Radverkehr im Zuge des Verwaltungshandelns und bei den politischen Entscheidungen als gleichberechtigtes Verkehrsmittel berücksichtigt wird“, heißt es in der Begründung. Im Rahmen einer Gesamtstrategie würden alle Beteiligten konsequent zusammenarbeiten. Und weiter: „Diese konsequente Radverkehrsförderung zeigt sich im Stadtbild und im positiven Fahrradklima, das in der Stadt spürbar ist.“

Die Nordhorer Stadtverwaltung hatte sich Anfang des Jahres um die Zertifizierung beworben. Im Mai hatte dann eine mehrköpfige Jury im Auftrag des Landes Niedersachsen die Stadt bereist und die Angaben vor Ort überprüft. Die Jury hatte sich unter anderem den Komfortadweg am Nordhorn-Almelo-Kanal, die zahlreichen neuen Fahrradabstellanlagen

in der Innenstadt sowie die neuen Fahrradstraßen und Piktogramm Spuren angeschaut. Weitere Punkte gab es in den Bereichen allgemeines Fahrradklima, Verkehrssicherheitsarbeit, Berufsradverkehr, Fahrradtourismus und Freizeitverkehr zu erreichen.

Auf der Zertifizierung ausruhen wolle Nordhorn sich laut Berling auf keinen Fall. Die Zertifizierung gilt für fünf Jahre. Im Jahr 2024 muss Nordhorn sich somit erneut um den Titel bewerben. Insgesamt gibt es in Niedersachsen aktuell 13 „Fahrradfreundliche Kommunen“.

Infos: www.nordhorn.de

(Stichwort: Radverkehrskonzept)



IHK-TOURISMUSAUSSCHUSS:

Künstliche Verknappung durch Verkürzung des Ferienkorridors befürchtet

Die Mitglieder des Tourismusausschusses der Industrie- und Handelskammer für Ostfriesland und Papenburg (IHK) blicken zufrieden auf die Sommersaison zurück. „Nach dem Rekordsommer im letzten Jahr konnten trotz wechselhaften Wetters in allen Orten noch Zuwächse generiert werden“, so der Ausschussvorsitzende Stefan Fröhlich. Vor allem der Campingbereich boome weiterhin. Und auch die Umbauarbeiten am Strand in Norddeich taten den Gästezahlen keinen Abbruch. Eine der zentralen Herausforderungen bleibe aber der Mangel an Fach- und Arbeitskräften. „In der Hauptsaison geraten viele Betriebe in der Region mittlerweile an ihre Kapazitätsgrenzen. Eine Verkürzung des Sommerferienkorridors würde dieses Problem noch verschärfen“, so Fröhlich. Hintergrund ist ein Vorstoß von Hamburg und Berlin in der Kultusministerkonferenz, der auf eine Beschränkung des zwischen den Bundesländern verabredeten Korridors auf 70 Tage abzielt. Gegenwärtig gilt eine Zeitspanne von im Schnitt 85 Tagen, in der die Bundesländer (mit Ausnahme von Bayern und Baden-Württemberg) in einem rollierenden System zu unterschiedlichen Terminen Sommerferien geben. „Eine künstliche Verkürzung der Saison würde zu einer Überlastung für Betriebe, Gäste und Straßen führen. Außerhalb des Ferienkorridors dagegen sinken Auslastung und

Einnahmen – und das nicht nur für die Ferienunterkünfte, sondern auch für alle anderen Gewerbetreibenden in den Urlaubsregionen, wie Einzelhandel, Dienstleister und Verkehrsbetriebe. Wir plädieren daher statt einer Kürzung für eine Ausweitung des Korridors auf 90 Tage“, so Fröhlich.

Die AG Reederei Norden-Frisia versucht dem Fachkräftemangel und den sich verändernden Ansprüchen der Gäste mit neuen Formaten zu begegnen. Olaf Weddermann von der Reederei stellte den Ausschussmitgliedern deren Digitalisierungs- und Mobilitätsstrategie vor. Ausgehend von der Fragestellung, was der Gast von morgen erwartet, probiert das Unternehmen in verschiedenen Projekten neue Konzepte aus: von der autofreien Beförderung nach Norderney und damit verbundenen Mobilitätsangeboten vor Ort, über den Verleih von E-Bikes bis hin zum E-Roller-Sharing in Norden. Und auch im digitalen Bereich steht das Thema Vernetzung im Vordergrund. So soll der Gast in Zukunft verschiedene Leistungen über ein regionales Online-Portal buchen können und im digitalen Hotelzimmer „Cube.Holiday“ alles digital erledigen – vom Einchecken bis hin zur Lichtsteuerung im Zimmer.



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



Die Ausschussmitglieder besichtigten auch das digitale Hotelzimmer „Cube.Holiday“ und informierten sich über Digitalisierungsstrategie der AG Reederei Norden-Frisia.



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

LÄNDERGRENZEN ÜBERWINDEN:

Tourismusakteure tagen gemeinsam

Wenn ein Tourist in Bremerhaven Urlaub macht, um das Klimahaus oder das Auswandererhaus zu besuchen, unternimmt er an einem sonnigen Tag gern auch eine Wanderung durchs Watt in Dorum an der Wurster Nordseeküste. Ebenso wird der eine oder andere Radurlauber im Elbe-Weser-Dreieck an einem Regentag – den es hier im Norden mitten im Sommer auch einmal geben kann – in das nahegelegene Bremen fahren, um die Kunsthalle zu entdecken. Beide Regionen profitieren folglich vom touristischen Angebot der Nachbarregion. Für Gäste spielt die Landesgrenze keine Rolle bei der Planung ihrer Urlaubsaktivitäten. Eine gemeinsame Sitzung der Tourismusausschüsse der Handelskammer Bremen – IHK für Bremen und Bremerhaven und der IHK Stade hat diesen Austausch der beiden Regionen in den Fokus genommen. Anhand von fünf Praxisbeispielen aus den zwei Regionen kamen die Mitglieder aus beiden Ausschüssen ins Gespräch.

Die Vorsitzenden der Tourismusausschüsse Carsten Weber, Geschäftsführer Donner's Hotel GmbH, und Martin Seiffert, Geschäftsführer Hotel Haverkamp-Seiffert GmbH, begrüßten den neu aufgenommenen Dialog. Jens Grotelüschen, Geschäftsführer havenhostel Nordwest GmbH, stellte das Konzept des havenhostels vor, welches in Bremerhaven und Cuxhaven bereits erfolgreich am Markt platziert ist. 2021 wird ein weiteres havenhostel in Stade eröffnet, um das Übernachtungsangebot auch in der Hansestadt Stade zu erweitern. Katja Cordes, AFH Alter Fischereihafen Cuxhaven GmbH, gab mit der neuen Vision des Alten Fischereihafens in

Cuxhaven einen spannenden Impuls für die moderne Aufwertung von alten Hafenanlagen, aber auch für die Entwicklung der Stadt Cuxhaven.

Diskutiert wurde mit Marlis Torka, Projektleiterin Standortmarketing WFB Wirtschaftsförderung Bremen GmbH, auch über das Themenjahr „Phänomenal 2020“ in Bremen. Im gesamten Jahr 2020 können Leistungsträger jeder Art in Bremen oder auch über die Stadtgrenze hinaus, Angebote oder spezielle Veranstaltungen zum Thema „Wissen erleben“ kreieren. Dafür stellt die Wirtschaftsförderung Bremen eine Online Plattform zur Verfügung, um die vielseitigen Projekte zu bewerben. Abgerundet wurden die vielfältigen Beiträge der Sitzung durch den thematischen Input von Philipp Rademann, Geschäftsstellenleiter der IHK Stade in Cuxhaven, der das große Potenzial des Pferdeterminismus im Elbe-Weser-Raum und für ganz Niedersachsen aufzeigte. Abschließend zog Arne Dunker, Geschäftsführender Gesellschafter Klimahaus® Betriebsgesellschaft mbH, einen positiven Rückblick auf die ersten 10 Jahre des Bremerhavener Klimahauses. Vor dem Hintergrund der großen Aktualität der Klimafrage werde das Klimahaus weiter als Besuchermagnet fungieren.

Beide Regionen verbinden viele gemeinsame Interessen und touristische Angebote, die sich ergänzen. Besonders im Hinblick auf die Saisonverlängerung, die immer wichtiger wird, um auf dem nationalen Markt bestehen zu können, ist eine Ausdehnung der touristischen Angebote unumgänglich.



Die Tourismusausschüsse der Handelskammer Bremen – IHK für Bremen und Bremerhaven und der IHK Stade für den Elbe-Weser-Raum tagten erstmals gemeinsam.

Vorschau

NÄCHSTE
AUSGABE

Frühjahr 2020

NATIONALE TOURISMUSSTRATEGIE

Vom Eckpunktepapier zum
konkreten Aktionsplan



FÖRDERMITTEL

Wer fördert was unter welchen
Voraussetzungen?

ZAHLEN UND FAKTEN

Übernachtungen und
Gästezahlen 2019



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:

Dezember 2019

Bildnachweise:

Titel: © Cord Kahlert, Seite 2: links © shutterstock.com/oliveromg, Mitte © Nicolai Benner, rechts © Thomas lx, Seite 3: © FOTO W Emden, Seite 4: © Znajkraj, Seite 6: © Andreas Tamme – tonwert21.de, Seite 7: shutterstock.com/REDPIXEL.PL, Seite 8–9: Nicolai Heise, FRIESLANDFOTOGRAFIE.DE, Seite 10: © shutterstock.com/oliveromg, Seite 12: © shutterstock.com/Sunny studio, Seite 13: Foto © shutterstock.com/Matej Kastelic, Seite 14: © Christian Wyrwa, Seite 15: © kzenon, Seite 16: oben © Freya Wennemann, unten © Cord Kahlert, Seite 17: © shutterstock.com/WAYHOME studio und Shutterstock/Edvard Nalbantjan (Montage © Anne Ries), Seite 18: © Benjamin Veit Engelker, Landesgartenschau Bad Iburg 2018 gGmbH, Seite 19: Porträt © oh, Seite 20: Gesundheitszentrum Bad Grund, Porträt © Andrea Seifert Photography www.andraseifert.de, Seite 21: Porträt © fotografarin Sandra Koenig, rechts © Thomas lx, Seite 22: Porträt © Oldenburgische IHK, Seite 23: Porträt © privat, oben © Benjamin Veit Engelker, Landesgartenschau Bad Iburg 2018 gGmbH, unten © Stadt Nordhorn, Seite 24: links © IHK, Porträt © Daniel Gebauer, Seite 25: Porträt © IHK Stade für den Elbe-Weser-Raum, Foto unten © Antje Schimanke, Seite 26: links shutterstock.com/yayha, Mitte © shutterstock.com/ITIGallery, rechts © shutterstock.com/Dima Sidelnikov, 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



.....

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

**TOURISMUS
NACHRICHTEN**

.....

IHKN-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