



Klimawandel anpacken – Anpassungsstrategien für den Tourismus in Niedersachsen

Tourismustag Schleswig-Holstein, 22.09.2022

Robert Wenzel, TourismusMarketing Niedersachsen

TourismusMarketing Niedersachsen

- Landestourismusorganisation / Landesmarketingorganisation (LMO)
- Zentraler Ansprechpartner für Tourismus in Niedersachsen
- 100%ige Tochter des Landes
- Gründung: 2001 im Auftrag des Ministeriums für Wirtschaft, Arbeit, Verkehr und Digitalisierung

„Wir, als die innovative touristische Marketing- und Managementorganisation, verstehen uns als das Kompetenz- und Beratungszentrum auf Landesebene für den Niedersachsentourismus.“



These 1:

Natürliche Vielfalt in Niedersachsen führt zu besonderen Herausforderungen im Umgang mit dem Klimawandel!



© TMN / Dietmar Scherf



Das Reiseland Niedersachsen

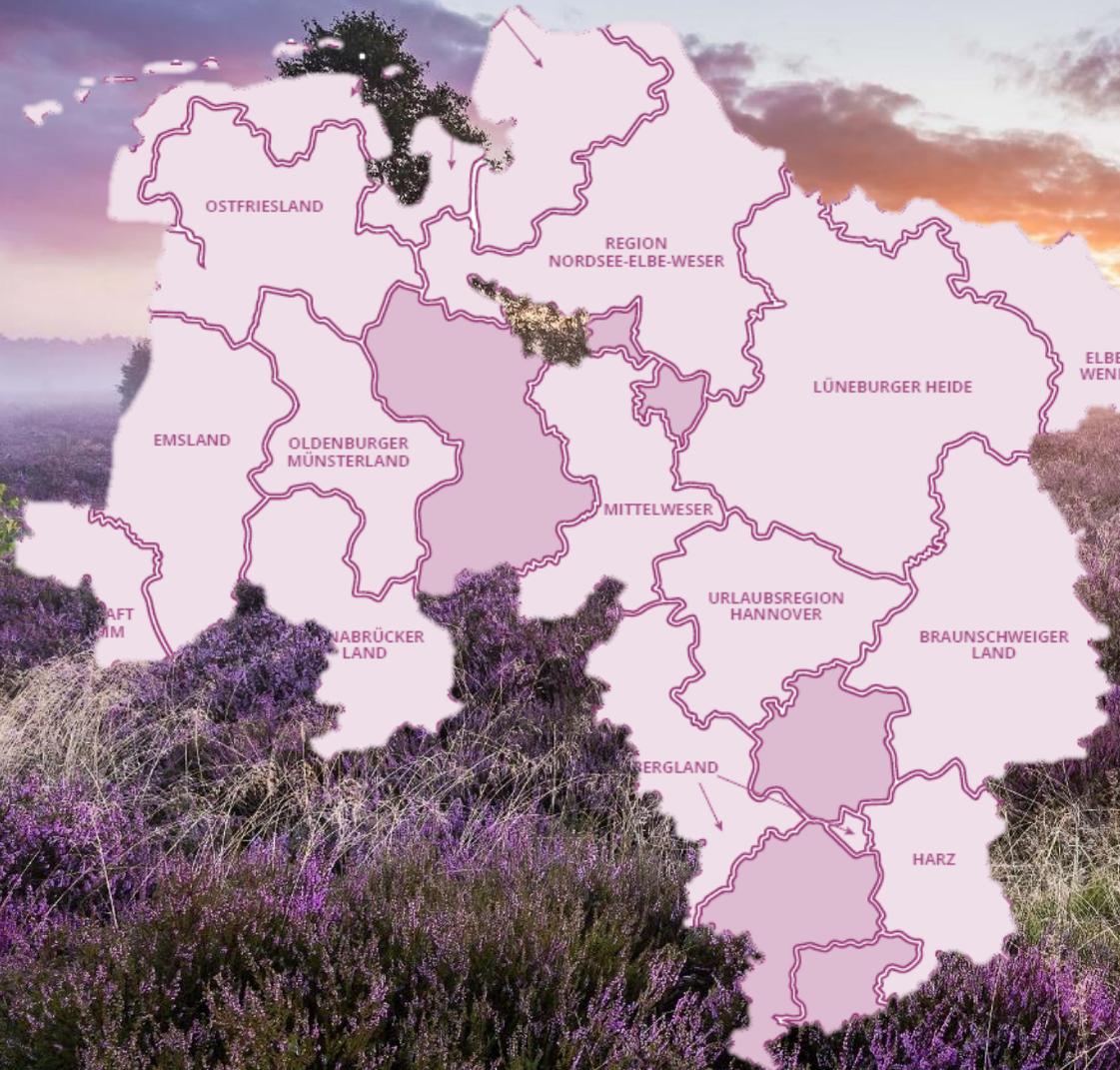
zweitgrößtes Bundesland in DE

rund 8 Mio. Einwohner:innen

37 Landkreise, 8 kreisfreie

Städte und die Region Hannover

© TMN / Martin Elsen



Das Reiseland Niedersachsen

Hohe landschaftliche Vielfalt: Harz,
Mittelgebirge, Hügelland, Heide,
Küste, Inseln, alte Kulturlandschaften,
Marsch, Geest, Seen, Flüsse, Moore,
...

15 touristische
Vermarktungsregionen (DMOs)



Das Reiseland Niedersachsen

46,2 Mio. Übernachtungen

292.000 Erwerbstätige

Rund 11 Mrd.
Bruttowertschöpfung

über 20.000 Betriebe im
Gastgewerbe

(2019)

© TMN / Benedict Braun

An aerial photograph of a forest in autumn. The trees are in various shades of green, yellow, and orange. A large, irregularly shaped pond is visible in the lower-left quadrant of the image. The water in the pond is a dark green color. The forest is dense and covers most of the frame.

Das Reiseland Niedersachsen

Rund 15.000 km² sind in
Niedersachsen als Nationale
Naturlandschaften ausgewiesen

17 Nationale Naturlandschaften
(2 Nationalparks, 1 UNESCO
Biosphärenreservat und 14
Naturparke)

© TMN / Martin von den Driesch



Das Reiseland Niedersachsen

Top 3-Reiseanlässe: Natururlaub,
Familienurlaub, Landurlaub

Top 3-Urlaubsaktivitäten:
Aufenthalt in der Natur (67 %),
Wandern / Spazieren (70 %),
Radfahren (19 %)

Das Reiseland Niedersachsen

1/3 aller Reisen sind Badeurlaube
(Inseln, Küste, Seen)

Intakte Natur und Landschaft als
wichtiges Kriterium (80 %) bei
Reiseentscheidung

© TMN / Janis Meyer



These 2:
**Der Klimawandel ist im
niedersächsischen Tourismus
angekommen! Es ist Zeit zu handeln!**

© adobe.com / Oliver Hlavaty



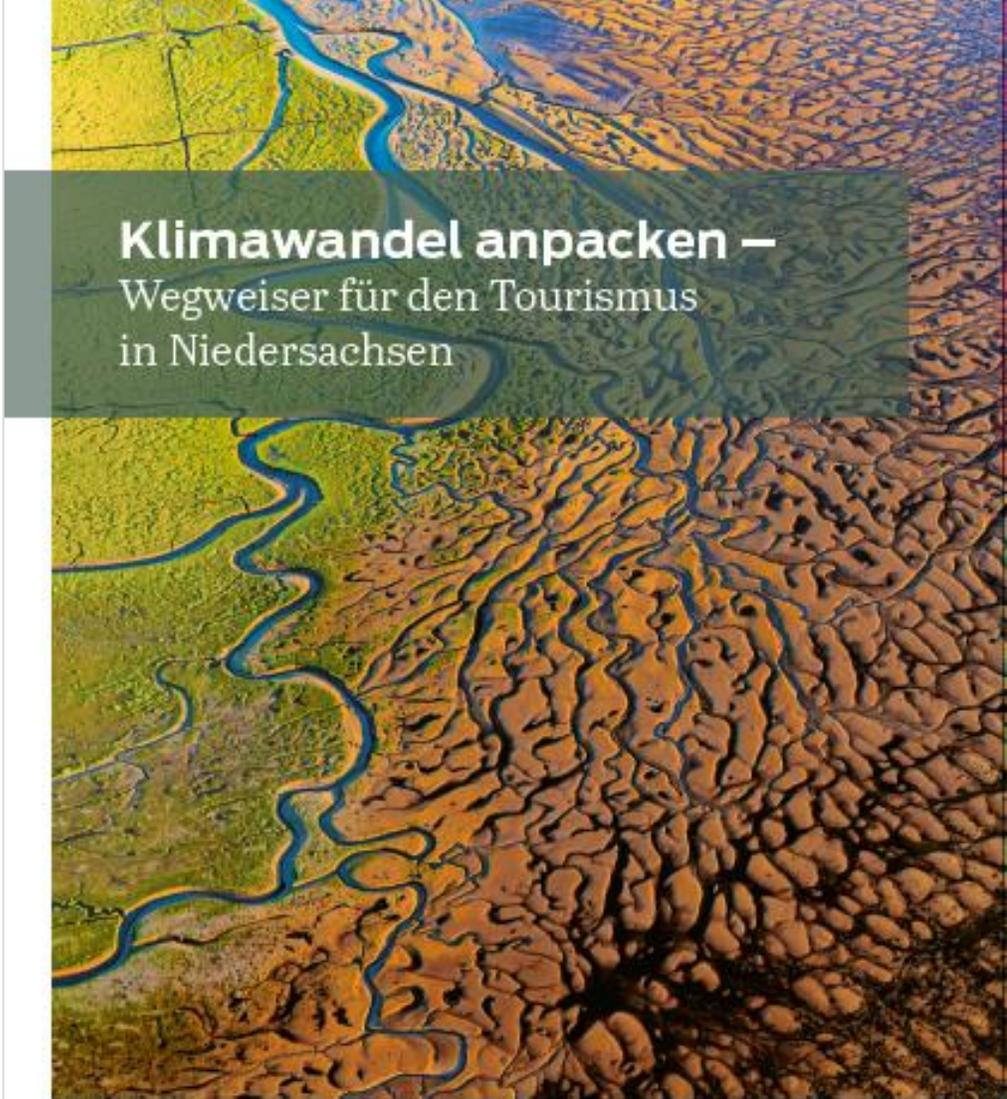
These 3:

**Der Tourismus braucht das Wissen und
das richtige Handwerkszeug, um das
Thema Klimawandel anzupacken!**

© TMN / Alexander Kaßner

TMN- Projekt „Klimawandel anpacken“

- **Laufzeit:** Januar 2021 bis Juli 2022
- **Zielgruppe(n):** Reiseregionen, DMOs, Orte, Kommunen, Klimabüros
- **Auftraggeber:** Niedersächsisches Ministerium für Wirtschaft,
- **Umsetzung:** TourismusMarketing Niedersachsen
- **Unterstützung:** Niedersächsisches Kompetenzzentrum Klimawandel (NIKO)
- **Fachliche Begleitung:** Institut für Tourismus- und Bäderforschung in Nordeuropa (NIT), adelphi research, dwif und Fresh Thoughts



Klimawandel anpacken –
Wegweiser für den Tourismus
in Niedersachsen

Zielsetzung im Projekt

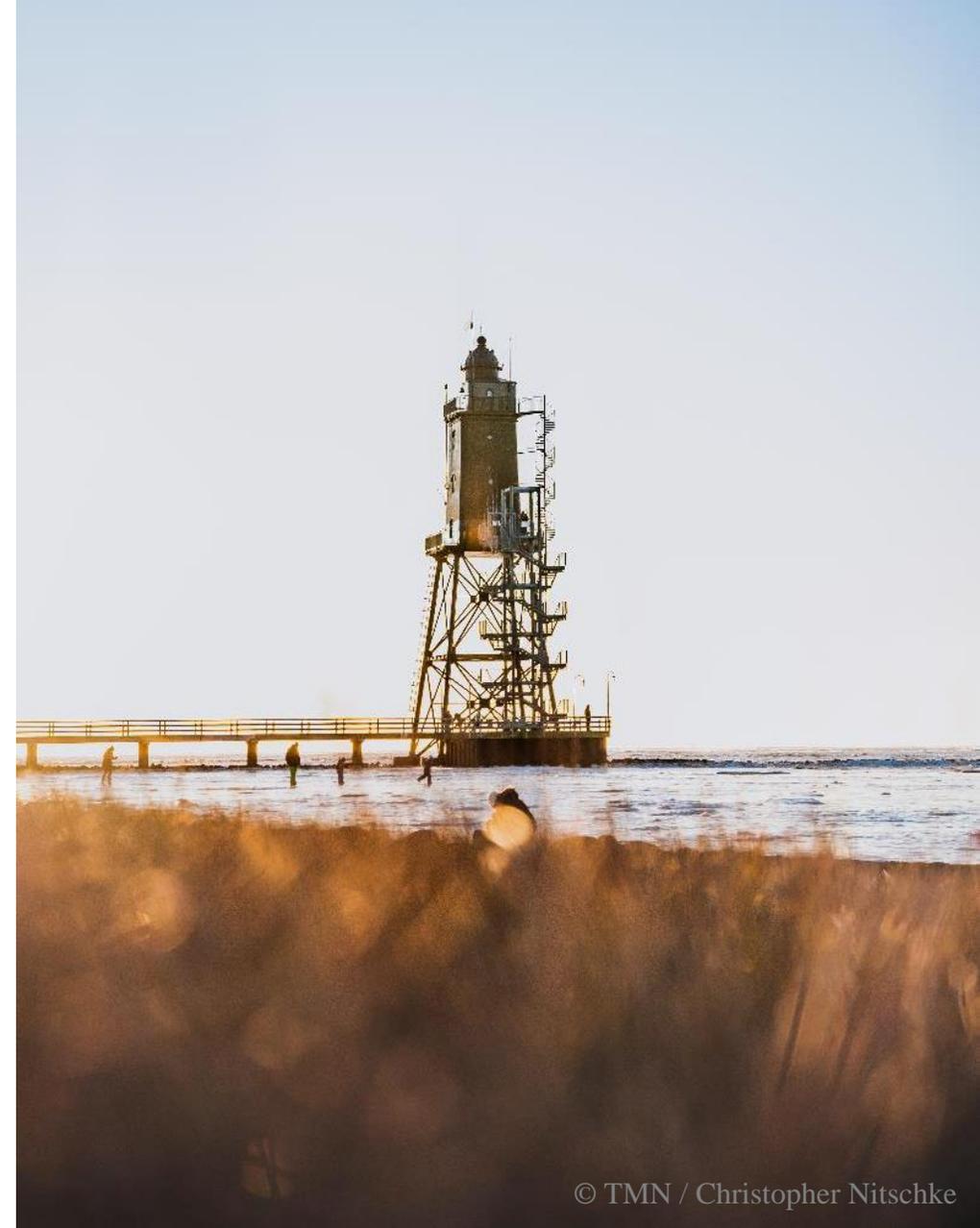
- Reiseregionen & Tourismusakteure in Niedersachsen fit machen für den Klimawandel
- Wissens- und Datengrundlage schaffen
- Klimarisiken für den Tourismus ermitteln
- Zusammenhänge sichtbar und verständlich machen
- Prozess anstoßen
- Ideen und Maßnahmen zur erfolgreichen Anpassung aufzeigen
- Werkzeuge und Hilfestellungen bereitstellen



© adobe.com / assy

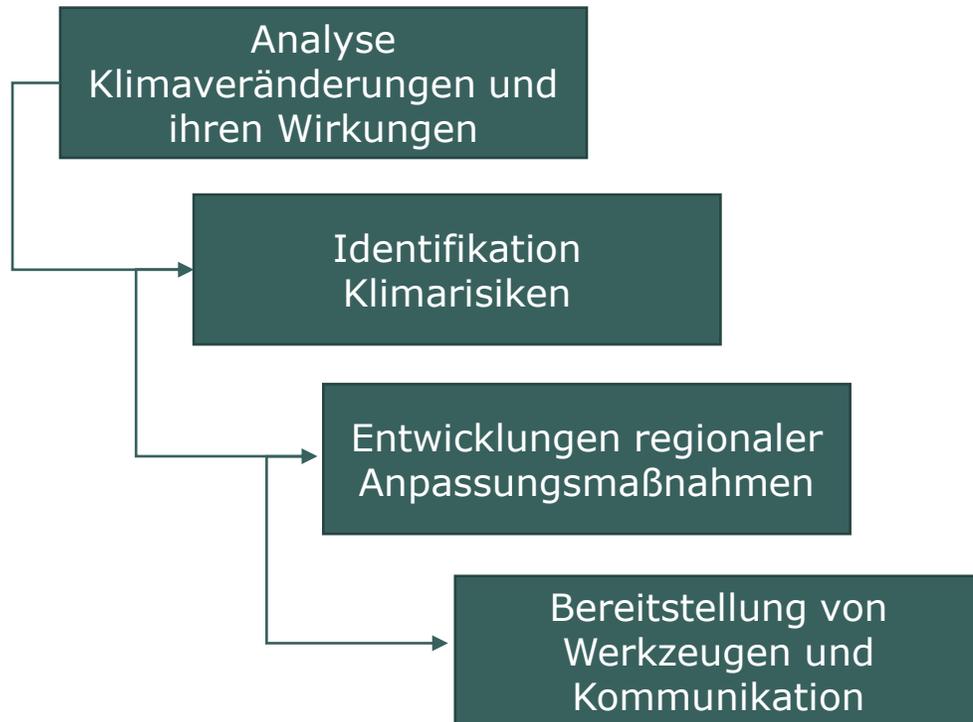
Wir haben im Projekt erarbeitet, ...

- ... welche klimatischen Veränderungen kommen auf die Reiseregionen zu
- ... welche Klimarisiken für den Tourismus in den Reiseregionen bestehen
- ... in welchen Handlungsfeldern sollte der Tourismus aktiv werden
- ... welche guten Beispiele für Anpassungsmaßnahmen es bereits gibt
- ... welche Hemmnisse und Herausforderungen bestehen
- ... wie kann die Klimaanpassung im Tourismus finanziert werden kann



© TMN / Christopher Nitschke

Projektschritte



Zeitplan „Klimawandel anpacken – Anpassungsstrategien für den Tourismus in Niedersachsen“:

| | |
|----------------------------------|--|
| Januar 2021 | Projektaufstart |
| Februar 2021 | Kick-Off-Workshop mit Auftragnehmern |
| Ab März 2021 | Bestandsaufnahme |
| April 2021 | Online-Workshops zur Bestandsaufnahme mit DMOs aus Niedersachsen |
| März – Mai 2021 | Regionale Datenanalyse und Interpretation |
| Juni 2021 | Regionalworkshops mit DMOs zur Rückkopplung der bisherigen Projektergebnisse |
| Mai – September 2021 | Identifikation von Handlungsfeldern und Klimarisikoanalyse |
| September – Dezember 2021 | Entwicklung von Maßnahmen zur Anpassung an den Klimawandel |
| Mai 2022 | Regionalworkshops zu den Maßnahmenvorschlägen mit DMOs aus Niedersachsen |
| Januar – Juni 2022 | Auswertung und Finalisierung der Maßnahmenkataloge und Abschlussbroschüren |
| Juli 2022 | Abschlussveranstaltung und öffentliche Ergebnispräsentation |

* Die Corona-Pandemie verlangt von uns ein größtmögliches Maß an Flexibilität. Aus diesem Grund ist der Zeitplan als erste Orientierung zu verstehen. Pandemiebedingte Anpassungen bleiben vorbehalten.

Untersuchungsgebiete im TMN-Projekt „Klimawandel anpacken“



Klimatische Teilregionen für die Klimadaten in Niedersachsen vorliegen:



These 4:

Anpassung an den Klimawandel ist zukünftig eine Kernaufgabe des Destinations- und Betriebsmanagements!

© adobe.com / JSirlin

Umsetzung: „Gemeinsam, aber nicht gleich“

- ✓ Gründung eines Projektbeirats
- ✓ 15 Online-Workshops- und Konferenzen
- ✓ Themenkonferenz (Städtetourismus)
- ✓ Rückkopplung in rund 40 Gremien, Arbeitskreisen und Netzwerken
- ✓ 4 Regionalkonferenzen
- ✓ 1 Abschlusskonferenz



Auswirkungen des Klimawandels auf den Tourismus

Direkte Auswirkungen



Hoch- bzw. Niedrigwasser

Extremwetterereignisse

Veränderte Wettermuster

Verändertes Landschaftsbild

Indirekte Auswirkungen



Umweltschutzauflagen

Reisemotive

Luft-/Wasserqualität

Mobilitätskosten

Gesell. Wahrnehmung

Ressourcenkonflikte

veränderte Nachfrage

Reaktionen der Wettbewerber

Ökonomische Situation

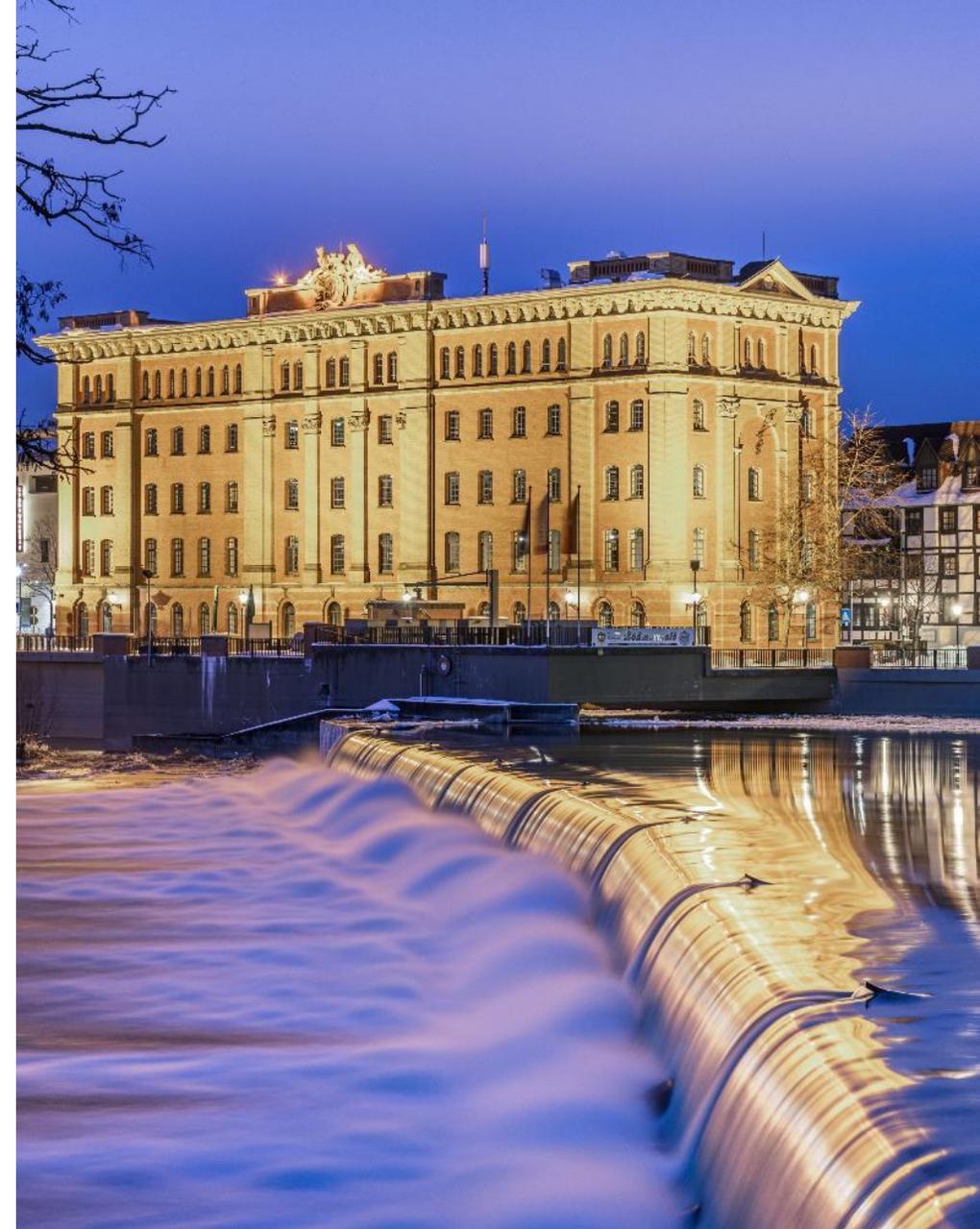
Gesell. Reaktionen

Angebotsveränderungen

...

Risiken für den Tourismus in Niedersachsen

- Schädigung des “Betriebskapitals“ (Natur und Landschaft, Attraktivitätsverlust, Imageverlust)
- Starkregen & Hochwasser / Niedrigwasser / Hitzeinseln
- Kurzfristige Überfüllung durch „Hitzeflüchtlinge“
- Schäden an touristischer Infrastruktur und Kosten für Anpassung und Instandsetzung
- Kosten für Umweltauflagen
- Attraktivitätsverlust durch Anpassungsmaßnahmen
- Verringerte Reiseintensität

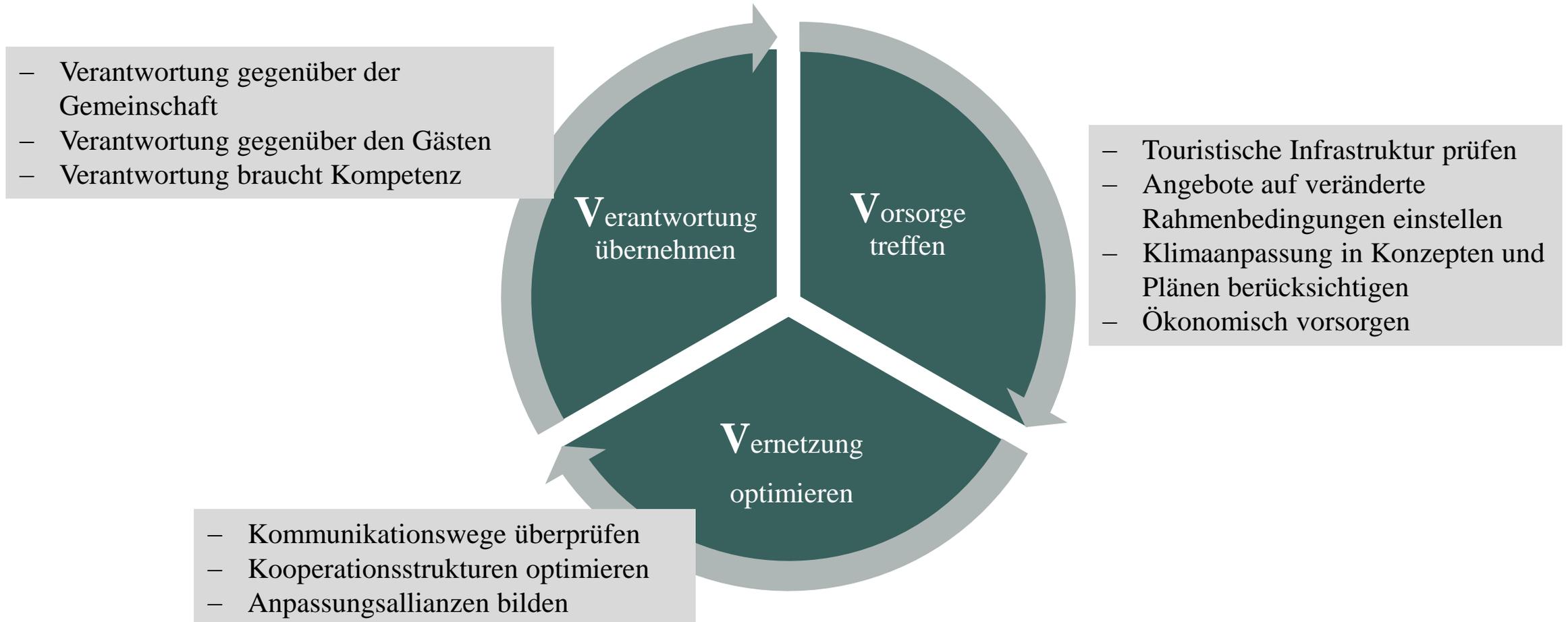


Chancen für den Tourismus in Niedersachsen

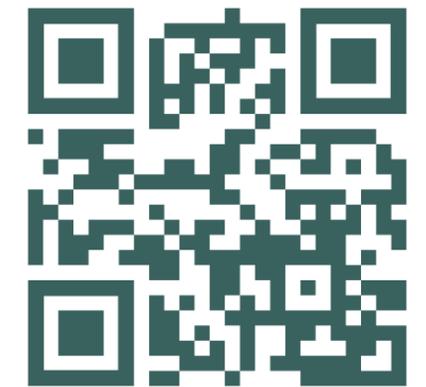
- Inwertsetzung „grüner“ und „blauer“ Infrastrukturen
- Saisonverlängerung durch angenehmere Temperaturen in Frühjahr und Herbst
- Mehr „Badewetter“ für Küste, Flüsse und Seen
- Steigende Attraktivität als sicheres und nahegelegenes Reiseziel (Mobilität)
- Erhöhte Nachfrage für verantwortungsvolle Reiseziele / Betriebe (setzt Engagement im Klimaschutz voraus)
- Frühzeitige Positionierung im Markt
- Attraktivitätsverluste von Mitbewerbern



Klimawandel anpacken: Die drei „V“s der Klimaanpassung im Tourismus



Werkzeuge im TMN-Projekt



<https://nds.tourismusnetzwerk.info/inhalte/klimawandel-nachhaltigkeit/klimawandel-und-tourismus/ergebnisse-klimawandel-anpacken/osnabruecker-land/>

Was haben wir im Projekt gelernt?

- Der Klimawandel ist da und beeinflusst den Tourismus in Niedersachsen bereits heute
- Anpassung ist kein rein ökologisches, sondern viel mehr ein ökonomisches Thema!
- Eine frühzeitige Anpassung ist effizienter und kostengünstiger
- Die Anpassung an den Klimawandel ist ein stetiger Prozess
- Klimaschutz und Klimaanpassung gehören im Tourismus zusammen
- Eine erfolgreiche Anpassung kann nur gemeinschaftlich erfolgen
- Handeln braucht Ressourcen
- Es braucht eine Koordination auf Landesebene und ein aktives Management in den Regionen

Wie geht es in Niedersachsen weiter?

- AK „Tourismus und Klimawandel“
- Folgeprojekt(e), um den Anpassungsprozess auf regionaler Ebene weiter zu unterstützen
- Hilfestellungen für Leistungsträger
- Entwicklung von Kommunikationskonzepten „Klimawandel und Tourismus“
- Content-Produktionen zum Thema Klimawandel und klimafreundlichem Reisen
- ...



© TMN / CMR

A serene landscape featuring a calm body of water, likely a lake or a wide river, surrounded by lush green reeds and grasses. The water is still, reflecting the soft light of the sky. The sky is filled with soft, white and grey clouds, suggesting a misty or overcast day. The overall atmosphere is peaceful and quiet. The text "Vielen Dank" is centered over the image in a large, white, sans-serif font.

Vielen Dank

TM!