

„Instrumentenkasten Wirtschaftsförderung“

Tourismus

- Tourismusverband Niedersachsen e.V.
- Tourismus Marketing Niedersachsen GmbH
- Tourismusagentur Nordsee (TANO)
- Ostfriesland Touristik GmbH
- Förderung touristischer Infrastruktur
(Investitionszuschuss)
- Pflege Radwegesystem Tour-de-Fries und
Nordseeküsten-radweg in Abstimmung mit den
kreisangehörigen Städten / Gemeinden
- Wiehengebirgsverband e.V.

„Instrumentenkasten Wirtschaftsförderung“

Tourismus

Tourismusverband Niedersachsen e. V. (TVN)

Der Tourismusverband Niedersachsen e.V. (TVN) ist ein tourismuspolitischer Lobbyverband und dient seinen angeschlossenen Regional- und Fachverbänden als Interessenvertretung gegenüber Bund und Land. Darüber hinaus bietet er eine wichtige Plattform zum Informations- und Meinungs austausch und unterstützt seine Mitglieder.

Mitglieder des TVN sind die **Regionalverbände**

- Grafschaft Bentheim Tourismus e. V.,
- Gesellschaft zur Förderung des Emsland Tourismus mbH,
- Harzer Tourismusverband e. V.,
- Mittelweser Touristik GmbH,
- Kooperationsverbund Nordsee-Elbe-Weser,
- TourismusRegion Braunschweiger LAND e.V.,
- Tourismusverband Nordsee e. V.,
- Tourismusgesellschaft Osnabrücker Land mbH,
- Verbund Oldenburger Münsterland e. V.,
- Weserbergland Tourismus e. V.

sowie die **Fachverbände**

- LandTouristik Niedersachsen e.V.,
- DEHOGA-Landesverband Niedersachsen e. V. und der
- BVCD – Landesverband Niedersachsen e. V.

Der Tourismus in Niedersachsen ist in all seinen Facetten - vom (Kurz-)Urlaub über die Städtereise und den Kuraufenthalt, das Camping und die Tagesausflüge bis hin zum Geschäftsreisetourismus inkl. des Tagungsgeschäfts und hinein in den Kultur- und Veranstaltungsbereich - ein **entscheidender Faktor für die Wirtschafts- und Standortentwicklung sowie für die Lebensqualität der Bürgerinnen und Bürger** ist. Auch die Konsumausgaben der Gäste in Höhe von 23,8 Mrd. Euro/Jahr, eine touristische Bruttowertschöpfung von 13,6 Mrd. Euro/Jahr und ein Arbeitsplatzäquivalent von 330.000 in Vor-Corona-Zeiten sprechen für sich. (Quelle: TMN/TourismusSatellitenkonto TSA Niedersachsen 2019)

Damit erfüllt der Tourismus eine maßgebliche Rolle weit über die reinen direkten ökonomischen Effekte hinaus: Für Gäste schafft Tourismus **Erlebnisqualität**, für die Bürgerinnen und Bürger **Lebensqualität**, für die touristischen Leistungsanbieter **Wertschöpfung und Arbeitsplätze** und für die Wirtschaftsunternehmen des Landes ist er mit seinen Freizeit- und Kulturangeboten maßgeblich für die **Standortqualität**.

„Instrumentenkasten Wirtschaftsförderung“

Tourismus

TourismusMarketing Niedersachsen GmbH (TMN)

Die TourismusMarketing Niedersachsen GmbH (TMN) ist der zentrale Ansprechpartner für den Tourismus in Niedersachsen. Gegründet wurde die Gesellschaft im Auftrag des Niedersächsischen Ministeriums für Wirtschaft, Arbeit, Verkehr und Digitalisierung im Jahr 2001. Die TMN ist eine hundertprozentige Landesgesellschaft. Die finanzielle Ausstattung von 3,5 Millionen Euro erhält die TMN durch den alleinigen Gesellschafter, das Land Niedersachsen.

Hauptaufgabe ist die Entwicklung und Durchführung von Maßnahmen zur zukunftsorientierten Positionierung Niedersachsens im nationalen und internationalen Tourismuswettbewerb gemeinsam mit den regionalen Tourismusakteuren. Der Fokus der Marketingarbeit liegt dabei vorwiegend in den deutschsprachigen sowie in ausgesuchten internationalen Zielmärkten.

Als innovative Marketing- und Managementorganisation versteht sich die TMN als impulsgebender Partner und verlässlicher Berater für den Tourismus in Niedersachsen. Dabei nimmt die TMN auch die Rolle des Wissensvermittlers sowie Netzwerkers ein und agiert gemeinsam mit ihren Partnern auf Augenhöhe.

Tourismuspartner aus Niedersachsen können sich im Internet unter <https://nds.tourismusnetzwerk.info/> über die Projekte und Kooperationsmöglichkeiten mit der TMN informieren.

Die Organe der TMN

- Aufsichtsrat
- May-Britt Pürschel, Niedersächsisches Ministerium für Wirtschaft, Bauen, Verkehr und Digitalisierung (stellv. Aufsichtsratsvorsitzende)
- Landrat Holger Heymann, Tourismusverband Nordsee e.V.
- Rainer Balke, DEHOGA Niedersachsen e.V.
- Marianne Hiebing, Gesellschaft zur Förderung des Emsland Tourismus mbH c/o Gut Landegge
- Raoul Hille, Flughafen Hannover-Langenhagen GmbH
- Jana Miksch, Niedersächsisches Finanzministerium
- Gesellschafterversammlung
- Tourismusversammlung

Die Vermarktung von Niedersachsen als Reiseziel wird von 15 Reiseregionen und zahlreichen großen und kleinen Städten getragen. Diese Destinationsmanagement-Organisationen (DMO's) sind zumeist in Form einer GmbH organisiert und erfüllen eine Vielzahl von Aufgaben. Von der Definition von regionalen Tourismuskonzepten und -strategien über touristisches Marketing, Produktentwicklung und Qualitätsmanagement bis hin zum Wirken als Treiber im Bereich Digitalisierung sind

die Tourismusregionen und Städte auch Ansprechpartner für Partner und Leistungsträger vor Ort.

Die TMN ist Mitglied in folgenden bundesweiten Organisationen und Initiativen:

- Deutsche Zentrale für Tourismus e.V. (DZT)
- Deutscher Tourismusverband e. V. (DTV)
- Verein Service Qualität Deutschland e.V. (SQD)
- Deutscher Reiseverband (DRV)
- Deutsches Küstenland e.V. (DKL)
- Exzellenzinitiative Nachhaltige Reiseziele
- Open Data Tourism Alliance (ODTA)
- Bundesarbeitsgemeinschaft Deutschland zu Pferd e.V.
- Bundesverband der Deutschen Incoming-Unternehmen e.V. (BVDIU)
- Vereinigung Deutscher Reisejournalisten e.V. (VDRJ)

Touristische Verbände und Netzwerke in Niedersachsen

- Tourismusverband Niedersachsen
- DEHOGA – Landesverband Niedersachsen e.V.
- BVCD Land Niedersachsen e. V.
- LandTouristik Niedersachsen e.V. (früher Arbeitsgemeinschaft Urlaub und Freizeit auf dem Lande e.V.)
- Heilbäderverband Niedersachsen
- aboutcities – der Städteblog für Niedersachsen
- 9 Städte in Niedersachsen
- ADFC Landesverband Niedersachsen e.V.

„Instrumentenkasten Wirtschaftsförderung“

Tourismus

Tourismausagentur Nordsee (TANO)

Die Urlaubsregion der niedersächsischen Nordsee besteht aus den sieben Landkreisen Ammerland, Aurich, Cuxhaven, Friesland, Leer, Wesermarsch und Wittmund sowie den kreisfreien Städten Bremerhaven, Emden und Wilhelmshaven. Es handelt sich mit Bremerhaven um eine bundeslandüberreifende Destination, die im Hinblick auf Größe und touristischer Stärke in ganz Deutschland ihresgleichen sucht. Von der holländischen Grenze bis zu Weser und Elbe wird der gesamte Nordseeraum künftig touristisch gemeinsam entwickelt und vermarktet.

Mit der Entwicklung des Masterplans Tourismus für die niedersächsische Nordsee inkl. der Seestadt Bremerhaven hat die Region im Jahr 2018 erstmals für das gesamte Gebiet eine touristische Zukunftsstrategie erstellt. Als eine zentrale Maßnahme für die Umsetzung des Masterplans wurde die Tourismusagentur Nordsee GmbH (TANO) von den oben bezeichneten Kommunen zum 24.01.2022 gegründet, vorerst ohne die Stadt Emden.

Die Grundlagen der TANO und die Vorbereitung der Gründung wurden durch den Tourismusverband Nordsee e.V. initiiert und von mehreren teilregionalen Gesellschaften, so der Die Nordsee GmbH, der Ostfriesischen Inseln GmbH und der Ostfriesland Tourismus GmbH, sowie dem Land Niedersachsen finanziell und/oder personell unterstützt. Maßgeblich eingebunden waren u.a. die Industrie- und Handelskammern, vertreten durch die Oldenburgische IHK, die touristischen Dachmarketingorganisationen Die Nordsee GmbH, Ostfriesland Tourismus GmbH, Ostfriesische Inseln GmbH, die Regionen Ammerland, Cuxland und Wesermarsch sowie die Erlebnis Bremerhaven GmbH.

Die TANO hat die Aufgabe, das Destinationsmarketing und das Destinationsmanagement für das gesamte Gebiet zu koordinieren und gemeinsam mit den touristischen Akteuren in der Region umzusetzen. Nicht zuletzt durch einen gemeinsamen Marktauftritt mit einer von allen Partnern genutzten Familienmarke sowie durch nationale und internationale Marketingkampagnen soll die Marktposition des norddeutschen Küstenraums gestärkt und ausgebaut werden. Die TANO verfolgt u.a. die folgenden Zielstellungen, um einen starken Professionalisierungsschub im Tourismus der niedersächsischen Nordsee zu bewirken:

- Erhöhung der Schlagkraft mit der starken Tourismusmarke „Nordsee“ sowie internationalen und nationalen Marketingkampagnen gemeinsam mit den regionalen und örtlichen Tourismusorganisationen und privaten Leistungsanbietern
- Verbesserung der Wirkung der eingesetzten finanziellen Mittel durch regionsweite Koordination und Vernetzung der touristischen Aktivitäten sowie Nutzung der Synergien zwischen den teilregionalen und örtlichen touristischen Organisationen

- Positive Veränderung der Gästestruktur durch Erschließung neuer nationaler und internationaler Quellmärkte sowie Ansprache neuer Zielgruppen: jünger, wertschöpfungsstärker, internationaler
- Beitrag zur Bewältigung der Auswirkungen der Corona-Pandemie und weiterer Krisen

Die TANO bündelt die Kräfte, Aufgaben und Strukturen im Gebiet der niedersächsischen Nordsee inkl. der Seestadt Bremerhaven. Um die Bündelung voranzutreiben wurden bislang und werden in den kommenden Jahren weitergehende Schritte umgesetzt.

Um die Zusammenarbeit der Gesellschafter der TANO (Landkreise Ammerland, Cuxhaven, Leer, Wittmund, Aurich, Friesland, Wesermarsch sowie Seestadt Bremerhaven und kreisfreie Stadt Wilhelmshaven) über die TANO hinaus abzusichern, haben sich die Gesellschafter zu einer verbindlichen, vertraglich abgesicherten Form der Zusammenarbeit abgestimmt, die mit einer Konsortialvereinbarung bekräftigt wird. Gegenstand der Konsortialvereinbarung ist die Zusammenarbeit der Konsortialpartner/innen in allen Belangen des Destinationsmanagements und -marketings an der Nordsee. U.a. vereinbaren die Partner/innen, sich in allen wesentlichen Fragen des Tourismus abzustimmen und die Ziele der TANO auch über die Gesellschaft hinaus zu verfolgen.

Mit den teilregionalen Organisationen Ostfriesland Tourismus GmbH, Ostfriesische Inseln GmbH, ARGE Unterweser (Landkreise Wesermarsch und Cuxhaven sowie Seestadt Bremerhaven) sowie der Die Nordsee GmbH werden gegenwärtig Kooperationsvereinbarungen mit den Teilregionen für den Zeitraum bis 2024 erarbeitet. Grundlage der Vereinbarungen ist die im Vorbereitungsprozess der TANO erarbeitete Aufgabenverteilung und -abgrenzung zwischen der TANO und den teilregionalen Organisationen.

Ziel ist der Abschluss von Kooperationsvereinbarungen, die in einem grundlegenden Teil bei allen vier genannten Kooperationspartnern der TANO identisch ausgestaltet sind, um die Art der Zusammenarbeit mit den Teilregionen zu harmonisieren, und die einen besonderen Teil enthalten, welcher die Besonderheiten der jeweiligen Teilregion berücksichtigt. Die Kooperationsvereinbarungen sollen noch im Jahr 2022 unterzeichnet werden.

Nach Ablauf der Geschäftsjahre 2023 und 2024 wird die Zusammenarbeit der TANO und der Teilregionen umfassend evaluiert, so dass, vorbehaltlich des Ergebnisses der Evaluation, eine weitere Zusammenführung der Strukturen umgesetzt werden kann.

Die TANO wird mit Mitteln der Gesellschafter finanziell ausgestattet, tritt jedoch auch als Geschäftsbesorger und Dienstleister für Aktivitäten der Marktbearbeitung auf. Dabei werden sämtliche Maßnahmen zur Erzielung von Einnahmen mindestens unter Deckung der Vollkosten angeboten.

Bereits unmittelbar nach Gründung der TANO hat der TV Nordsee beschlossen, die bisherigen Aufgaben auf die TANO zu übertragen. Die Aufgabenübertragung soll bereits zum 01.01.2023 erfolgen. Der TVN hat sich auf Ende 2022 aufgelöst.

Das Stammkapital der Gesellschaft beträgt 100.000 EUR. Die Geschäftsanteile werden wie folgt gehalten:

- Landkreis Ammerland mit einem Anteil von 8.003 EUR (8,0 %)
- Landkreis Ammerland mit einem Anteil von 479 EUR (0,48 %)*
- Landkreis Aurich mit einem Anteil von 18.601 EUR (18,6 %)
- Landkreis Aurich mit einem Anteil von 1.114 EUR (1,12 %)*
- Landkreis Cuxhaven mit einem Anteil von 13.916 EUR (13,9 %)
- Landkreis Cuxhaven mit einem Anteil von 834 EUR (0,83 %)*
- Landkreis Friesland mit einem Anteil von 10.811 EUR (10,8 %)
- Landkreis Friesland mit einem Anteil von 648 EUR (0,65 %)*
- Landkreis Leer mit einem Anteil von 10.288 EUR (10,3 %)
- Landkreis Leer mit einem Anteil von 616 EUR (0,61 %)*
- Landkreis Wesermarsch mit einem Anteil von 6.868 EUR (6,9 %)
- Landkreis Wesermarsch mit einem Anteil von 411 EUR (0,41 %)*
- Landkreis Wittmund mit einem Anteil von 11.418 EUR (11,4 %)
- Landkreis Wittmund mit einem Anteil von 684 EUR (0,68 %)*
- kreisfreie Stadt Wilhelmshaven mit einem Anteil von 6.902 EUR (6,9 %)
- kreisfreie Stadt Wilhelmshaven mit einem Anteil von 413 EUR (0,42 %)*
- Seestadt Bremerhaven mit einem Anteil von 7.542 EUR (7,5 %)
- Seestadt Bremerhaven mit einem Anteil von 452 EUR (0,45 %)*

*vorgesehene Geschäftsanteile der kreisfreien Stadt Emden

Geschäftsführer der TANO ist ab 1. November 2022 Mario Schievelbein.

„Instrumentenkasten Wirtschaftsförderung“

Tourismus

Ostfriesland Touristik GmbH (OTG)

Um den Tourismus auf der Ostfriesischen Halbinsel effizient und erfolgsorientiert zu fördern, wurde 2004 die Ostfriesland Tourismus GmbH (OTG) gegründet. Als Dachmarketingorganisation für die Destination Ostfriesland ist die OTG als Dienstleistungsunternehmen zu verstehen, das die touristischen Interessen der Ostfriesischen Halbinsel vertritt.

Zu den Gesellschaftern gehören

- Landkreis Ammerland (14,41 % / 80.000 EUR)
- Landkreis Aurich (23,42% / 130.000 EUR)
- Landkreis Friesland (14,41 % / 80.000 EUR)
- Landkreis Leer (20,72 % / 115.000 EUR)
- Landkreis Wittmund (14,41 % / 80.000 EUR)
- Stadt Emden (6,31 % / 35.000 EUR)
- Stadt Wilhelmshaven (6,31 % / 35.000 EUR)

Die räumliche Abgrenzung der Destination Ostfriesland begründet sich auf Marktforschungsmodulen im Rahmen des touristischen Leitbild- und Entwicklungskonzeptprozesses für den Raum Ostfriesland.

Die Zielsetzung der OTG wird durch unterschiedliche Faktoren beeinflusst. Grundlage bildet der Gründungszweck der OTG: die Förderung des Tourismus, insbesondere des Tourismusmarketings.

Zur Erreichung dieses übergeordneten Zieles wurden gemeinsam mit den Gremien der OTG und den Touristikern der Ostfriesischen Halbinsel folgende Unterziele formuliert:

- Steigerung des Bekanntheitsgrads Ostfrieslands
- Koordination des Marketings
- Schaffung von Kooperationen und Synergieeffekten
- Identifizierung und Implementierung zukünftiger Themen und Herausforderungen.

Neben den unternehmensbezogenen Zielen wird die Zielsetzung der OTG durch die touristischen Entwicklungsziele und Handlungsprioritäten, die sich aus der SWOT-Analyse des Regionalen Tourismuskonzeptes ableiten, beeinflusst. Diese lassen sich folgendermaßen zusammenfassen: Die konsequente Ausrichtung auf Qualitätsverbesserungen in allen Bereichen touristischen Handelns nimmt eine zentrale Rolle

für die zukünftige Ausgestaltung der Destination Ostfriesland ein. Differenzierungsstrategien, z. B. in Form von Spezialisierungen auf besondere Zielgruppen, werden in diesem Zusammenhang als erfolgversprechend betrachtet. Wissenstransfer, Vernetzung und Kooperationen versprechen Impulse für die Angebotsoptimierung. Die Anpassung des Angebots an die besonderen Anforderungen des demographischen Wandels und an die Nachhaltigkeit sind Herausforderungen, die es in der Zukunft zu meistern gilt.

„Instrumentenkasten Wirtschaftsförderung“

Tourismus

Förderung touristischer Infrastruktur (Investitionszuschuss)

Siehe Leitlinien für die Gewährung von Zuschüssen für die Errichtung und Erweiterung von Fremdenverkehrseinrichtungen

Stand: 25.06.2001

„Instrumentenkasten Wirtschaftsförderung“

Tourismus

Pflege Radwegesystem Tour de Fries und Nordseeküstenradweg in Abstimmung mit den kreisangehörigen Städten/Gemeinden

Das ca. 650 km umfassende Radwanderwegesystem im Landkreis Friesland ist mit einem einheitlichen Beschilderungssystem aufgebaut worden. Das System besteht aus Knotenpunkten mit Armwegweisern, Zwischenwegweisern (Pfeilewegweiser) und Einhängeschildern für thematische Routen (z. B. Nordseeküstenradweg). Für eine optimale Nutzung und Akzeptanz durch Einheimische und Gäste ist eine laufende Kontrolle, Wartung, Pflege und Weiterentwicklung des Beschilderungssystems erforderlich.

Es wurde eine zentrale Koordinierungsstelle geschaffen, die eng mit den Bauhöfen der Städte/Gemeinden zusammenarbeitet. Aufgabe der Koordinierungsstelle ist es, das Radwanderwegesystem im Landkreis Friesland laufend zu kontrollieren und die notwendigen Wartungs- und Pflegearbeiten den Bauhöfen der Städte/Gemeinden mitzuteilen, damit von dort die entsprechenden Arbeiten ausgeführt werden können.

Für das Abfahren der Radwege und die Kontrolle der richtigen Beschilderung wurde ab 2009 ein Werkvertrag mit Herrn Manfred Terhardt geschlossen. Dieser fährt jährlich im Frühjahr und im Herbst die Radwege ab, meldet die Schäden an die Koordinierungsstelle bei der Wirtschaftsförderung. Diese bestellt ggf. Schilder nach und informiert die Bauhöfe bei den Städten/Gemeinden über die festgestellten Mängel und bittet um Beseitigung. Im Rahmen seiner Touren überprüft Herr Terhardt auch das Knotenpunktsystem, welches zusätzlich bei einzelnen Städten/Gemeinden im Einsatz ist. Der Landkreis Friesland ist allein für die Nachbestellung von Schildern für das Radwegesystem „Tour de Fries“ und für den Nordseeküstenradweg (North Sea Cycle Tour) zuständig. Beschilderungs- und Knotenpunktkoordinaten wurde bis Mitte 2022 von Herrn Terhardt vollständig digitalisiert.

„Instrumentenkasten Wirtschaftsförderung“

Tourismus

Wiehengebirgsverband e. V.

Der Wiehengebirgsverband Weser-Ems e. V. verbindet als Wanderwegeverband alle Regionen im Nordwesten der Bundesrepublik. Von der Nordsee über den Geestrücken und durch Moore bis zum Wiehengebirge durchziehen Hauptwanderwege den Nordwesten Deutschlands wie ein Netz.

Der Sitz des Verbandes befindet sich in Osnabrück. Es gibt 99 Verbandsvereine, ca. 8.200 Mitglieder sowie Einzel- und Familienmitglieder kommunale Vereinigungen und Wirtschaftsunternehmen, die Mitglied sind. 2018 feierte der Verband sein 110-jähriges Jubiläum.

Durch den Landkreis Friesland zieht sich der Störtebeker-Wanderweg an der Küste von Leer bis Wilhelmshaven.

Die Ausschilderung der einzelnen Wanderwege und die Pflege der Beschilderung erfolgt durch den Wiehengebirgsverband. Für den Störtebeker-Wanderweg gibt es ein kleines schwarzes Schild mit weißem S.