

N i e d e r s c h r i f t
über die 31. - öffentliche - Sitzung
des Unterausschusses „Tourismus“
des Ausschusses für Wirtschaft, Verkehr, Bauen und Digitalisierung
am 11. Dezember 2025
Hannover, Landtagsgebäude

Tagesordnung:

Seite:

1. **Mobilitätsinfrastruktur im Tourismus stärken - Masterplan Mobilität Ostfriesische Inseln unterstützen**
Antrag der Fraktion der SPD und der Fraktion Bündnis 90/Die Grünen - [Drs. 19/8239](#)
Unterrichtung durch die Landesregierung..... 4
Aussprache 5
2. **Austausch mit Meike Zumbrock, Geschäftsführerin TourismusMarketing Niedersachsen GmbH (TMN)** 10
Aussprache 21
3. **Starke Gastronomie für ein starkes Niedersachsen - Entlastungen, Fachkräftesicherung und Zukunftsperspektiven**
Antrag der Fraktion der CDU - [Drs. 19/8544](#)
(abgesetzt)..... 25

Anwesend:

Mitglieder des Unterausschusses:

1. Abg. Oliver Ebken (SPD), Vorsitzender
2. Abg. Karin Emken (SPD)
3. Abg. Frank Henning (SPD)
4. Abg. Björn Meyer (SPD)
5. Abg. Philipp Meyn (SPD)
6. Abg. Saskia Buschmann (CDU)
7. Abg. Axel Miesner (CDU)
8. Abg. Jonas Pohlmann (CDU)
9. Abg. Colette Thiemann (CDU)
10. Abg. Sina Maria Beckmann (GRÜNE)
11. Abg. Tamina Reinecke (GRÜNE)
12. Abg. Thorsten Paul Moritze (i. V. des Abg. Ansgar Georg Schledde) (AfD)

Von der Landtagsverwaltung:

Regierungsrat Martin.

Niederschrift:

Regierungsrat Dr. Ramm, Stenografischer Dienst.

Sitzungsdauer: 14:03 Uhr bis 15:10 Uhr.

Außerhalb der Tagesordnung:

Billigung von Niederschriften

Der **Unterausschuss** billigt die Niederschrift über die 28. bis 29. Sitzung (Reise).

Antrag auf Unterrichtung durch die Landesregierung

Der **Unterausschuss** bittet die Landesregierung auf Antrag des Abg. **Björn Meyer** (SPD) um eine Unterrichtung zum Thema Pferdetourismus in Niedersachsen in einer seiner nächsten Sitzungen.

Tagesordnungspunkt 1:

Mobilitätsinfrastruktur im Tourismus stärken - Masterplan Mobilität Ostfriesische Inseln unterstützen

Antrag der Fraktion der SPD und der Fraktion Bündnis 90/Die Grünen - [Drs. 19/8239](#)

erste Beratung: 72. Plenarsitzung am 12.09.2025

AfWVBuD,

vorbereitende Beratung gem. § 12 Abs. 3 GO LT: UATourismus

Der Unterausschuss hat in seiner 26. Sitzung am 18. September 2025 die Landesregierung um Unterrichtung gebeten.

Unterrichtung durch die Landesregierung

LMR'in **Worlitzsch** (MW): Die Erstellung eines nachhaltigen Mobilitätskonzepts wird seitens der Landesregierung grundsätzlich begrüßt. Nachhaltige Mobilitätskonzepte sind ein wichtiges Ziel der Landesregierung, um den Verkehr klimafreundlich und nachhaltig auszurichten. Die im Entschließungsantrag genannten Einzelpunkte stellen sinnvolle und typische Bestandteile eines solchen Mobilitätskonzepts dar, sodass ich an dieser Stelle nicht auf jeden Punkt im Einzelnen eingehen werde.

Die landesseitige Unterstützung kann derzeit ausschließlich in Form von Beratung erfolgen. Eine weitergehende finanzielle Unterstützung ist aufgrund der aktuellen Haushaltslage zum gegenwärtigen Zeitpunkt nicht möglich.

Im Bereich der Beratung - unter anderem auch zu barrierefreien Mobilitätsangeboten - steht den Kommunen bereits seit einiger Zeit das Beratungsangebot Mobilotsin der Landesnahverkehrsgesellschaft Niedersachsen zur Verfügung. Dieses Angebot wird neben der Landesnahverkehrsgesellschaft von dem MW, den kommunalen Spitzenverbänden sowie der Arbeitsgemeinschaft der niedersächsischen ÖPNV-Aufgabenträger getragen. Diese Beratungseinheit ist gut etabliert und übernimmt zahlreiche Unterstützungsaufgaben. Zu ihren Kernkompetenzen zählen insbesondere die Vermittlung von Grundlagen zur Organisation und Finanzierung des ÖPNV, darüber hinaus aber auch Beratungen zu Fußverkehr, Barrierefreiheit und ähnlichen Themen.

Zur Verbesserung der Schieneninfrastruktur, insbesondere zur Reaktivierung von Bahnstrecken, hat das Land im Frühjahr 2023 ein neues landesweites Reaktivierungsprogramm aufgelegt. Dieses ist mehrstufig angelegt. In der ersten Stufe erfolgte eine Vorauswahl aus einer Vielzahl vorgeschlagener Strecken. In der aktuell laufenden zweiten Stufe wurde eine Nutzwertanalyse durchgeführt. Für sechs Strecken wurde diese erfolgreich abgeschlossen: Aurich–Abelitz, Bad Bentheim–Gildehaus, Bremerhaven–Bad Bederkesa, Bremerhaven–Langen, Nordenham–Blexen sowie Rheine–Spelle. Diese Strecken weisen gute Ergebnisse auf und haben damit auch realistische Chancen auf eine Bundesförderung nach dem Gemeindeverkehrsfinanzierungsgesetz.

Unabhängig davon wurden vier Strecken bereits vorab betrachtet, da sie schon sehr weit fortgeschritten waren und bereits im Vorfeld positive Nutzwertanalysen aufwiesen. Dabei handelt

es sich um die Strecken Gliesmarode–Harvesse, Helmstedt–Schöningen, Bremervörde–Stade sowie Lüneburg–Soltau. Diese befinden sich derzeit bereits in einer intensiveren Planungsphase.

Die SPNV-Anbindung von Fähranlegern ist ein wichtiges Thema. Änderungen von Taktungen usw. sind keine isolierten Vorgänge, sondern müssen stets im Gesamtzusammenhang des ÖPNV-Systems in Niedersachsen gesehen werden, unter Berücksichtigung des SPNV-Konzepts, des Deutschlandtakts sowie der laufenden Reaktivierungen.

Für den ÖPNV insgesamt ist nicht in erster Linie das Land verantwortlich, sondern die jeweiligen Aufgabenträger mit ihren Mobilitätskonzepten. Das Land fördert den ÖPNV, etwa bei der Beschaffung von Omnibussen sowie beim barrierefreien Ausbau. In diesem Bereich wird also schon relativ viel gemacht.

Abschließend noch zur digitalen Gästekarte: Auch hier sehen wir ein erhebliches Potenzial. Entsprechende Projekte können über die „Richtlinie über die Gewährung von Zuwendungen zur Förderung touristischer Projekte“ gefördert werden. Die Förderquote liegt bei bis zu 80 %. Vergleichbare Projekte wurden bereits an der niedersächsischen Nordseeküste gefördert. In diesem Bereich ist die Landesregierung also bereits aktiv.

Aussprache

Abg. **Karin Emken** (SPD): Vielen Dank, insbesondere für die Rückmeldung, dass das Ministerium die Erstellung eines solchen Konzepts begrüßt und als sinnvoll erachtet. Ebenfalls vielen Dank für den Hinweis auf das Angebot Mobilotsin, das mir bislang nicht bekannt war. Ich wäre dankbar für einen kurzen Hinweis, wo dieses Beratungsangebot zu finden ist und welche Themenbereiche konkret abgedeckt werden.¹

Uns ist bewusst, dass es bei unserem Antrag um die Erarbeitung eines Mobilitätskonzepts für eine gesamte Region geht und dass ein solcher Prozess einen langen Atem erfordert. Uns ist ebenso klar, dass unterschiedliche Zuständigkeiten bestehen und die Umsetzung entsprechend anspruchsvoll sein wird. Gleichwohl möchten wir die Thematik bewusst in ihrer Gesamtheit betrachten, um auszuloten, welche Verbesserungen tatsächlich möglich sind.

Insofern danke ich dem Ministerium ausdrücklich für die Bereitschaft, diesen Prozess unterstützend zu begleiten.

Abg. **Saskia Buschmann** (CDU): Als Ostfriesin habe ich zu diesem Thema ein paar Fragen. Ich stimme zu, dass ein Masterplan erforderlich ist, um sicherzustellen, dass die Fährverbindungen flächendeckend mit ÖPNV und SPNV erreichbar sind. Zugleich möchte ich darauf hinweisen, dass wir derzeit vor Ort bereits erhebliche Diskussionen führen. Das betrifft insbesondere die Reaktivierung der Bahnstrecke Aurich–Abelitz, bei der nicht alle Beteiligten gleichermaßen Vorteile sehen, sondern teilweise eher Nachteile wahrnehmen. Hinzu kommt, dass die vorgestellte

¹ Per E-Mail an die Landtagsverwaltung teilt das MW am 15. Dezember 2025 mit, die Internetpräsenz lasse sich unter <https://mobilotsin-niedersachsen.de> finden.

Machbarkeitsstudie aus unserer Sicht keine direkte Anbindung von Norddeich vorsieht, sodass die Fährverkehre gerade nicht mitgedacht wären.

Vor diesem Hintergrund: Wie könnten die unterschiedlichen Mobilitätsangebote auf den Inseln in einen solchen Masterplan sinnvoll integriert werden? Dort reicht das Spektrum von Fuß- und Radverkehr über ÖPNV-Angebote bis hin zu besonderen Projekten wie dem Rufbusangebot Moovev, das bekanntlich eingestellt wurde, weil das Deutschlandticket dort hätte anerkannt werden müssen.

Zudem hatten Sie ausgeführt, dass digitale Gästekarten an der Nordseeküste bereits in mehreren Projekten gefördert werden. Befinden sich darunter auch Projekte in Ostfriesland?

Abschließend noch ein Punkt zur Infrastruktur: Wir diskutieren bereits intensiv über eingleisige Reaktivierungen und stoßen dabei auf erhebliche Widerstände. Über einen zweigleisigen Ausbau möchte ich derzeit gar nicht sprechen. Das würde weitere Regionen betreffen, zumal auch kleinere Ziele bislang noch nicht einbezogen sind.

LMR'in **Worlitzsch** (MW): Zur Aufgabe des Mobilitätskonzepts wird es gehören, die verschiedenen genannten Aspekte systematisch zusammenzuführen. Im Vorfeld lässt sich das nur eingeschränkt konkretisieren. Nach meiner Einschätzung sind die wesentlichen Themen benannt, ohne dass ein relevanter Punkt fehlt. Dazu zählen aus meiner Sicht ausdrücklich auch die Mobilitätskonzepte auf den Inseln.

Diese werden in den Gesamtprozess einzubeziehen und entsprechend abzustimmen sein, da die Erreichbarkeit vom Festland auf die Inseln ebenso mitzudenken ist wie die Mobilität vor Ort. Dabei ist zu berücksichtigen, dass sich die Ausgangslagen auf den Inseln deutlich unterscheiden: Es gibt Inseln mit zugelassenem Autoverkehr und solche ohne Autoverkehr. Entsprechend werden inselspezifische Lösungen erforderlich sein.

Eine abschließende Aussage dazu, wie dies konkret gelingen kann, ist zum jetzigen Zeitpunkt nicht möglich. Die Erfahrung zeigt, dass die Erarbeitung von Mobilitätskonzepten ein längerer Prozess ist, da zahlreiche unterschiedliche Interessen zu berücksichtigen sind.

RL'in **Pürschel** (MW): Das Thema der digitalen Gästekarte ist bereits in der Corona-Zeit aufgenommen. Erste entsprechende Ansätze gab es seinerzeit bei der Nordsee GmbH. Im Bereich des Wangerlands wurden größere Projekte umgesetzt; daneben haben wir auch mehrere Einzelprojekte gefördert. Die Bewilligungsverfahren laufen derzeit noch, weshalb ich heute bewusst noch keine abschließende Auflistung präsentieren möchte.

Über den gesamten Zeitraum betrachtet wurden nach meiner Einschätzung etwa sieben bis acht Projekte gefördert. Bezieht man die gesamte ostfriesische Halbinsel ein und trennt nicht zwischen Ostfriesland und Friesland, ist das Thema dort insgesamt bereits in erheblichem Umfang vertreten.

Gerne können wir nach Abschluss der noch ausstehenden Bewilligungen eine Übersicht zusammenstellen und dem Ausschuss gebündelt darstellen, welche digitalen Projekte in diesem Bereich gefördert wurden. - Der **Unterausschuss** signalisiert Zustimmung.

Abg. **Saskia Buschmann** (CDU): Auf den Inseln gibt es nicht nur den Fährverkehr und kleinere Schnellboote wie Wassertaxis oder -busse, sondern auch Flugverbindungen. Mich interessiert, ob diese Flugverbindungen in einem solchen Masterplan ebenfalls berücksichtigt werden oder ob sie aufgrund ihrer fehlenden Klimaneutralität dort keine Rolle spielen sollen.

LMR'in **Worlitzsch** (MW): Zunächst möchte ich betonen, dass es sich nicht um einen Masterplan des Landes handelt. Das Land unterstützt vielmehr die betroffenen Gebietskörperschaften bei der Erstellung eines solchen Masterplans. Es ist daher kein landeseigener Masterplan, und folglich kann ich keine verbindliche Aussage dazu treffen, welche Verkehrsarten konkret in das jeweilige Konzept aufgenommen werden.

Aus Sicht des Landes besteht grundsätzlich ein Interesse daran, die Flugplätze auf den Inseln zu erhalten, insbesondere aufgrund ihrer Bedeutung für Notfall- und medizinische Versorgung.

Abg. **Tamina Reinecke** (GRÜNE): Wir sind uns hier im Unterausschuss wohl einig, dass Ostfriesland eine erhebliche touristische Wertschöpfung aufweist und dass es deshalb besonders wichtig ist, Mobilität und Tourismus in einem Mobilitätskonzept gemeinsam zu denken. Dies ist bislang häufig zu wenig erfolgt. Umso mehr begrüßen wir, dass sich die Kommunen mit diesem Masterplan auf den Weg gemacht haben und dass das Land diesen Prozess so deutlich unterstützt.

Uns ist bewusst, dass ein langer Atem erforderlich ist und dass Land, Kommunen und Aufgabenträger hierbei eng zusammenarbeiten müssen. Solche großen Projekte, die verschiedene Aspekte zugleich berücksichtigen, scheitern allzu oft an einzelnen Schnittstellen. Gerade deshalb ist es wichtig, dieses Projekt auch als Vorbild für andere Regionen Niedersachsens zu verstehen und zu zeigen, wie Mobilität und touristische Mobilität zusammengedacht werden können.

Ich bin daher sehr froh, dass das MW bereit ist, diesen Prozess aktiv zu begleiten. Angesichts der Komplexität des Vorhabens erscheint diese Unterstützung notwendig, um das Projekt erfolgreich zum Abschluss zu bringen.

Abg. **Thorsten Paul Moriße** (AfD): Meine Nachfrage bezieht sich auf das übergeordnete Ziel, die CO₂-Emissionen möglichst weitgehend zu reduzieren. Vor diesem Hintergrund interessiert mich, wie die unterschiedlichen Verkehrsträger - von Fahren und Bahn über den Rad- und Fußverkehr bis hin zu weiteren Angeboten - künftig nahtlos miteinander verknüpft werden sollen.

Aktuell erleben wir, dass dies nur sehr eingeschränkt funktioniert. Sie haben ausgeführt, dass nun ein Mobilitätskonzept erarbeitet werden soll; gegenwärtig ist die Situation jedoch vielfach unzureichend. Mich interessiert daher, wie Sie sich die Herstellung dieser Intermodalität perspektivisch vorstellen.

LMR'in **Worlitzsch** (MW): Genau das stellt eine der großen Herausforderungen dar. Ich möchte noch einmal betonen, dass die Konzepterstellung vor Ort erfolgt, weil dort die notwendigen Detailkenntnisse vorhanden sind, um die Schnittstellen passgenau aufeinander abzustimmen.

Ein zentraler Aspekt wird dabei die Frage der Taktung sein, insbesondere die möglichst optimale Abstimmung von SPNV und ÖPNV auf die Fahrzeiten. Diese Fahrzeiten sind bei einigen Inseln tideabhängig, was die Abstimmung zusätzlich erschwert, da sich der SPNV nicht täglich flexibel anpassen lässt. Bei Inseln, die tideunabhängig angefahren werden können, ist die Situation

etwas einfacher.

Die Herausforderungen sind in der Tat erheblich. Deshalb handelt es sich, wie auch Frau Reincke schon sagte, um einen Prozess, der nicht kurzfristig abgeschlossen werden kann. Vielmehr wird er exemplarisch aufzeigen müssen, wie eine möglichst optimale Verzahnung der Verkehrsträger gelingen kann.

Ziel ist es dabei, dem klaren Auftrag aus dem Niedersächsischen Klimagesetz gerecht zu werden, den Verkehr so CO₂-arm wie möglich zu gestalten. Die Herstellung funktionierender Intermodalität wird dabei ein wesentlicher Baustein sein.

Abg. **Axel Miesner** (CDU): Im Antrag ist auch das Thema Barrierefreiheit für ÖPNV und SPNV aufgeführt. Wir haben dieses Thema ebenfalls im Wirtschaftsausschuss aufgegriffen. Dort liegt ein entsprechender Antrag unserer Fraktion vor, insbesondere zum Zustand der Bushaltestellen (ÖPNV stärken - Barrierefreie Bushaltestellen schaffen; Drucksache 19/5392).

Das mag auf den ersten Blick ein kleinteiliges Thema sein, ist in der Praxis jedoch von großer Bedeutung. Einige Strecken in Niedersachsen werden nach wie vor mit Landesbuslinien bedient, an die zu Recht bestimmte Qualitätsansprüche geknüpft sind. Dass es Landesbuslinien gibt, ist politisch ausdrücklich gewollt, und das findet breite Unterstützung. Umso problematischer ist es, dass es nach wie vor Bushaltestellen gibt, die diesen Qualitätsanforderungen nicht entsprechen. Gerade wenn wir über barrierefreies Umsteigen sprechen - etwa für Reisende mit Koffern oder Mobilitätseinschränkungen -, muss auch die bauliche Ausgestaltung der Haltestellen mitgedacht werden.

Es ist ein wichtiges Anliegen unserer Fraktion, dass dieses Thema weiter aufgegriffen und mit den Zuständigen vertieft wird. Ich möchte dies hier noch einmal ausdrücklich platzieren, weil es inhaltlich sehr gut zu dem vorliegenden Antrag passt.

Abg. **Sina Maria Beckmann** (GRÜNE): Auch ich komme von der Küste, aus dem Landkreis Friesland. Der Tourismus ist bei uns ein zentrales Thema, weshalb der vorliegende Antrag auch so begrüßenswert ist.

Wir hatten gestern eine Sitzung zur Tourismusstrategie mit mehr als 200 Teilnehmenden. Mir stellt sich die Frage, inwieweit der derzeit in Erarbeitung befindliche Masterplan Mobilität in die Tourismusstrategie einfließen kann oder ob zumindest eine Rückkopplung zwischen beiden Prozessen vorgesehen ist.

RL'in **Worlitzsch** (MW): Die Inhalte der Tourismusstrategie habe ich spontan leider nicht parat.

Vors. Abg. **Oliver Ebken** (SPD): Das wird nachgeliefert.

Abg. **Thorsten Paul Moriß** (AfD): Ich bin seit längerer Zeit auf kommunaler Ebene tätig und Mitglied im Stadtrat. In diesem Zusammenhang habe ich bereits angeregt, den Fährbetrieb wieder stärker in den Blick zu nehmen, um nahtlose Verbindungen herzustellen. Konkret denke ich dabei etwa an Verbindungen von Wilhelmshaven nach Eckwarderhörne oder von Wilhelmshaven zu einzelnen anderen Häfen. Nicht von jedem Hafen können alle Inseln direkt angesteuert werden.

Vor diesem Hintergrund halte ich es für überlegenswert, solche Ansätze auch in einen Masterplan einzubeziehen. Denkbar wäre, den Fährverkehr selbst - der in der Vergangenheit eingestellt wurde, etwa auf der Strecke Wilhelmshaven–Harlesiel - zu fördern.

Ich glaube, dass wir auf diesem Weg eher zu tragfähigen Lösungen kommen können, als wenn wir versuchen, einzelne Strecken isoliert zu betrachten, die sich faktisch nur schwer miteinander verbinden lassen. Das ist als Anregung gemeint.

Abg. **Karin Emken** (SPD): Ich möchte darauf hinweisen, dass unser Antrag ausdrücklich die Erstellung einer Machbarkeitsstudie vorsieht. In diese können Anregungen einfließen und entsprechend berücksichtigt werden. Ziel ist es, auf dieser Grundlage ein Beispiel zu entwickeln, das auch für andere Regionen als Orientierung dienen kann. In einem weiteren Schritt kann dann auch eine Rückkopplung mit der Tourismusstrategie erfolgen.

Zum Thema Flugverkehr möchte ich ergänzen, dass auch dieser Aspekt im Antrag benannt ist und geprüft werden soll. Zudem besteht in der Region bereits eine Initiative, die sich mit diesen Fragestellungen befasst. Das unterstützen wir. Diese Initiative verfolgt das Ziel, ein Gesamtbild dazu zu entwickeln, wie die ostfriesischen Inseln und die angrenzenden Regionen mobilitätsseitig gut angebunden und versorgt werden können.

Tagesordnungspunkt 2:

Austausch mit Meike Zumbrock, Geschäftsführerin TourismusMarketing Niedersachsen GmbH (TMN)

Präsentationsgrafiken: Anlage

GF'in **Zumbrock** (TMN): Ich beginne mit einem kurzen Überblick. Die zentrale Aufgabe der touristischen Landesgesellschaft ist die Positionierung des Reiselandes Niedersachsen im nationalen und internationalen Tourismuswettbewerb.

Hauptaufgabe

- zukunftsorientierte Positionierung Niedersachsens im nationalen und internationalen Tourismuswettbewerb
- Zusammenarbeit mit den regionalen Tourismusakteuren
- Entwicklung und Durchführung von Maßnahmen



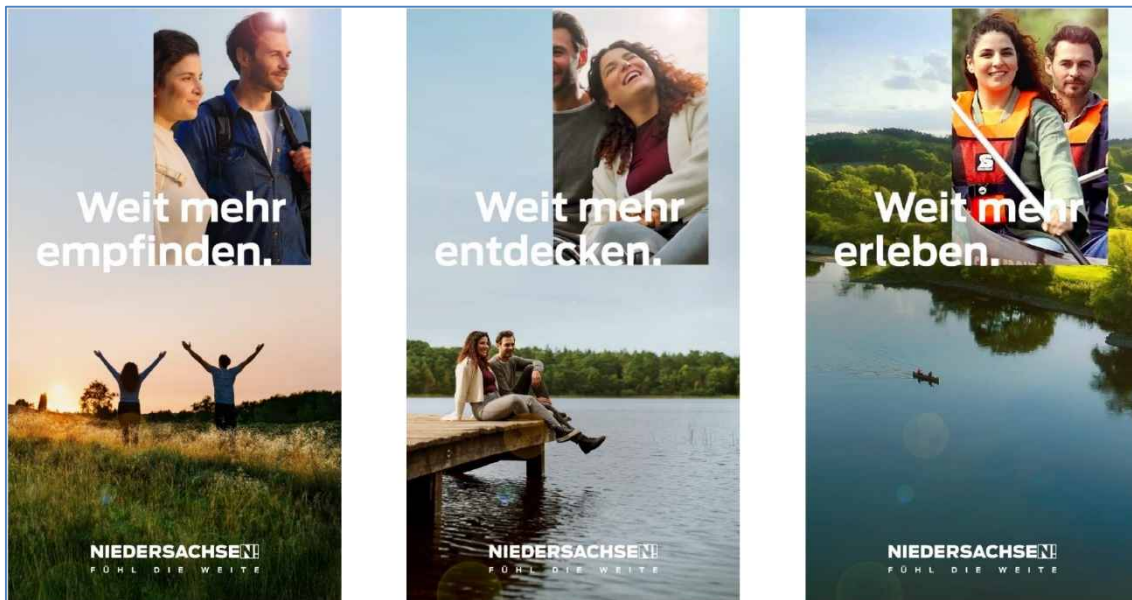
Ziel ist es, Niedersachsen bestmöglich als attraktives Reiseziel darzustellen, um möglichst viele Gäste zu gewinnen. Damit diese vor Ort gut betreut werden, arbeiten wir eng mit den regionalen Partnern, insbesondere den Destinationsmanagementorganisationen (DMOs), zusammen. Der Austausch ist kontinuierlich, und die Zusammenarbeit erfolgt sehr individuell mit den einzelnen DMOs. Darüber hinaus gibt es regelmäßige gemeinsame Formate, um den Wissenstransfer zwischen den DMOs zu fördern und voneinander zu lernen. Ein zentrales Anliegen ist es, Doppelstrukturen zu vermeiden und bestehende Erfahrungen gemeinsam zu nutzen.

Bereiche

- Marketing
- Marktforschung
- Klimawandel & Nachhaltigkeit
- Digital
- Qualität
- Touristische Mobilität



Die Entwicklung und Umsetzung touristischer Maßnahmen bildet den Kern der Arbeit der TMN. Zu den zentralen Arbeitsfeldern zählen Marktforschung, Klimawandel, Nachhaltigkeit, Digitalisierung, Qualität sowie touristische Mobilität. In diesen Bereichen versteht sich die TMN als Impulsgeberin und Netzwerkerin. Wir bringen die Akteure zusammen und beobachten kontinuierlich die Marktentwicklungen, um frühzeitig zu erkennen, wo und wie sich Niedersachsen als Reiseland strategisch positionieren sollte.



Im Herbst wurde eine sogenannte Peak-Kampagne umgesetzt, die ursprünglich vom 1. September bis zum 31. Oktober 2025 lief und aufgrund ihrer positiven Resonanz bis Mitte November verlängert wurde. Ziel dieser Kampagne war die Saisonverlängerung mit einer herbstlichen Ausrichtung. Der Fokus lag auf innovativen Formaten und der Ansprache neuer Zielgruppen im Alterssegment von etwa 25 bis 55 Jahren. Konkret wurden dabei insbesondere die Zielgruppen der sogenannten Exeditiven und Neo-Ökologischen adressiert. Die Ausspielung erfolgte in ausgewählten deutschen Städten, darunter Frankfurt, Berlin, Leipzig, Köln und Stuttgart.

In der Kampagne stand bewusst der Mensch im Mittelpunkt. Nach der Corona-Zeit, in der stark mit Landschaftsmotiven gearbeitet wurde, lag der Fokus nun wieder stärker auf emotionalen, persönlichen Zugängen. Zum Einsatz kamen unter anderem animierte Digital-Out-of-Home-Formate, die durch Bewegung eine höhere Aufmerksamkeit erzeugen und ein intensiveres Erleben ermöglichen. Ergänzend wurden digitale Werbeflächen, etwa an Bushaltestellen, sowie Social-Media-Kanäle wie Meta, TikTok und Pinterest genutzt. Darüber hinaus wurde ein Film produziert, da Reisen ein stark emotional geprägtes Thema ist und visuelle Eindrücke hier eine besondere Wirkung entfalten. Der Film ist auf YouTube abrufbar.²

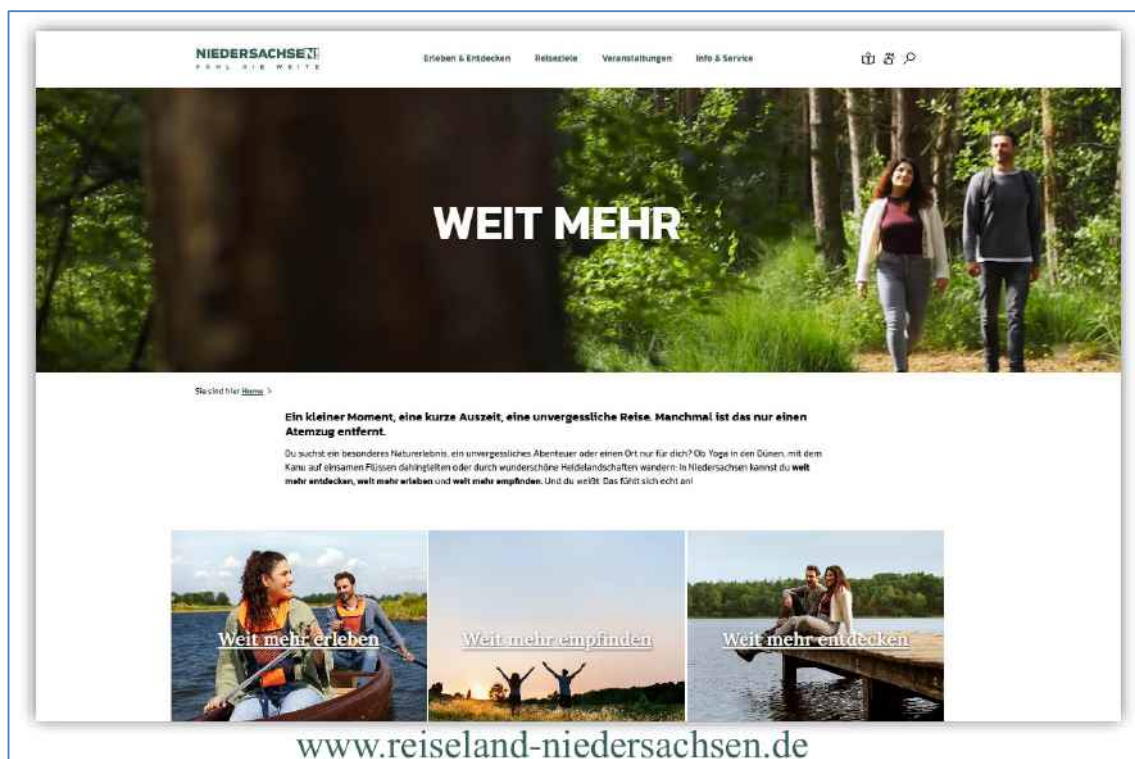
Abg. **Thorsten Paul Moriße** (AfD): Ich habe eine kurze Zwischenfrage: Stammen die Filmaufnahmen alle aus Niedersachsen?

GF'in **Zumbrock** (TMN): Ja, die stammen zu 100 % aus Niedersachsen.

² <https://youtu.be/2InWIVuRibs?si=MUX8hyW2VxWJFT03>



Zusätzlich gibt es klassische Außenwerbung. Wir haben aber auch neue Werbeformate getestet: bei Prime Video ein Spot und bei Spotify ein Banner. All das läuft ganz gut, und diese Maßnahmen wurden verlängert. Die Küste ist zwar kein Schwerpunkt im eben gezeigten Film, sie ist aber grundsätzlich ein zentrales Motiv in der Kampagne.



Marktdatenbooklets

- Monatlich auf Basis der amtlichen Statistiken aufbereitet
- Kernthemen:
 - Übernachtungen & Ankünfte in den Bundesländern
 - verschiedene Detailübersichten
 - Incoming der wichtigsten Quellmärkte



Sämtliche unserer Marktforschungsdaten zum Reiseland Niedersachsen stellen wir den Akteuren und Akteuren zur Verfügung. Diese Daten sind über das Tourismusnetzwerk abrufbar, wo alle bereitgestellten Informationen kostenlos eingesehen und heruntergeladen werden können. Neben allgemeinen Informationen sind dort auch Marktforschungsstudien und Datensätze hinterlegt, die wir als TMN veröffentlichen dürfen.

Darüber hinaus stellen wir regelmäßig sogenannte Markenbooklets bereit. Diese werden monatlich auf Grundlage der amtlichen Statistik veröffentlicht und enthalten aktuelle Zahlen zu Ankünften, Übernachtungen sowie zu Reisetrends in Niedersachsen. Die Daten liegen sowohl für Deutschland insgesamt als auch für Niedersachsen und die einzelnen Reisegebiete vor und sind bis auf die Ebene der einzelnen DMOs heruntergebrochen. Enthalten sind unter anderem Angaben zu Übernachtungen, Ankünften sowie differenzierte Auswertungen zu Quellmärkten und zum Incoming-Tourismus. Damit lässt sich ein sehr detaillierter Überblick über die Entwicklung der einzelnen Reisegebiete gewinnen. Ergänzend stehen wir selbstverständlich auch für individuelle Anfragen zur Verfügung.

„Klimawerkstatt für Leistungsträger“

- Entwicklung von Werkzeugen und Hilfestellung insbesondere für **touristische Betriebe & Leistungsträger**
- Nutzung der Erkenntnisse und Dokumente aus „Klimawandel anpacken“ & „Klimawerkstatt“
- Hilfestellungen: Anwendungsbeispiele, Best-Practice-Börse, Kartenspiel & Checkliste zur eigenen Betroffenheit und den Umgang mit Klimafolgen



Ein weiterer Schwerpunkt der TMN ist seit vielen Jahren der Bereich Klima und Nachhaltigkeit. Mit Projekten wie „Klimawandel anpacken - Anpassungsstrategien für den Tourismus in Niedersachsen“ und den Klimawerkstätten haben wir auch den Tourismuspreis erhalten. Niedersachsen nimmt in diesem Bereich im Ländervergleich eine führende Rolle ein, unter anderem in enger Zusammenarbeit mit dem MW.

Auf Basis der Vielzahl der erarbeiteten Inhalte haben wir gezielt einen neuen Fokus gesetzt, um das Thema stärker in die praktische Umsetzung zu bringen. Man muss sich hierfür die notwendige Zeit nehmen, und jemand muss vor Ort konkret zuständig sein. Im Mittelpunkt stehen dabei touristische Betriebe und Leistungsträger. Für diese Zielgruppe haben wir konkrete Werkzeuge und Hilfestellungen entwickelt, die eine möglichst niederschwellige Umsetzung ermöglichen. Dazu zählen unter anderem Anwendungsbeispiele, eine Best-Practice-Börse sowie ein Kartenspiel und Checklisten, die der Ideenfindung und der praktischen Umsetzung dienen. Ziel ist es, bestehende Lösungen sichtbar zu machen und zur Nachahmung anzuregen.

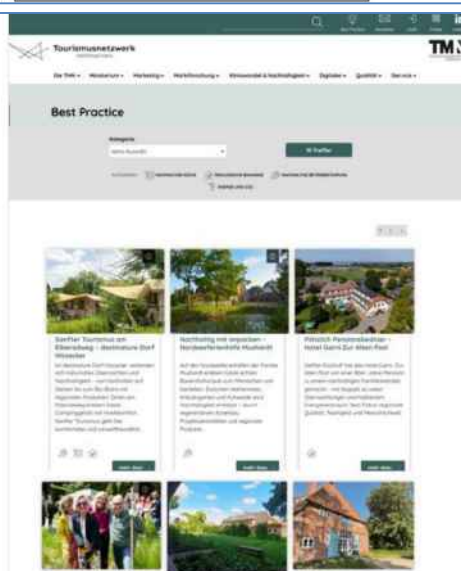
Anwendungsbeispiele

- Doppelseitige Übersicht mit praktischen Anwendungsbeispielen zu unterschiedlichen Themen wie z.B. Beschattung von Gebäuden, Starkregenvorsorge oder Wasser sparen
- Vorschläge für erste Ansätze zur Umsetzung und Maßnahmenideen
- Zusätzlich weitere Inspirationen und Tipps



Best-Practice-Börse

- Darstellung auf dem Tourismusnetzwerk
- Präsentation nachhaltigkeitsengagierter Betriebe
- Gliederung zu nachhaltigen Themen:
 - Nachhaltige Küche
 - Ökologische Bauweise
 - Nachhaltige Betriebsführung
 - Energie und CO2
- Weitere Beispiele kommen ständig hinzu



Kartendeck und Checkliste

- Zur Dokumentation der Betroffenheit von Klimafolgen für den eigenen Betrieb
- Gliederung in Themen wie Wasser, Trockenheit, Hitze und Weitere
- Überblick über Folgen des Klimawandels und möglich auftretender Ereignisse
- Mögliche Handlungsoptionen für den eigenen Betrieb



Checkliste Klimaanpassung

Wasser	
Kalt- und/oder Erdgeschossräume sind schon einmal überschwemmt worden	
☐ Trifft auf meinen Standort zu	☐ Direkter Einfluss auf die Betriebsführung
☐ Relativ: ja	☐ Relativ: nein
Verantwortlichkeit (Position und Person):	
Name:	
Die Kalt- und/oder Erdgeschossräume werden aktiv genutzt	
☐ Trifft auf meinen Standort zu	☐ Direkter Einfluss auf die Betriebsführung
☐ Relativ: ja	☐ Relativ: nein
Verantwortlichkeit (Position und Person):	
Name:	

Aktuell stehen 13 Anwendungsbeispiele zur Verfügung, die sich mit Themen im Bereich Klimaanpassung, mit konkreten Maßnahmen und Handlungsempfehlungen befassen. Ergänzt wird dies durch eine Best-Practice-Börse mit diversen bereits realisierten Projekten, etwa zur nachhaltigen Küche oder zur ökologischen Bauweise. Diese Beispiele dienen als Inspiration und können laufend um weitere Projekte ergänzt werden. Hinzu kommen thematisch gegliederte Kartendecks, etwa zu Wasser, Dürre oder Hitze, die konkrete Maßnahmenvorschläge enthalten und einen schnellen Einstieg ermöglichen.

Für alle Touristiker aus Niedersachsen!

Eine Plattform. Alle Touristiker. Smarte KI für Niedersachsen.

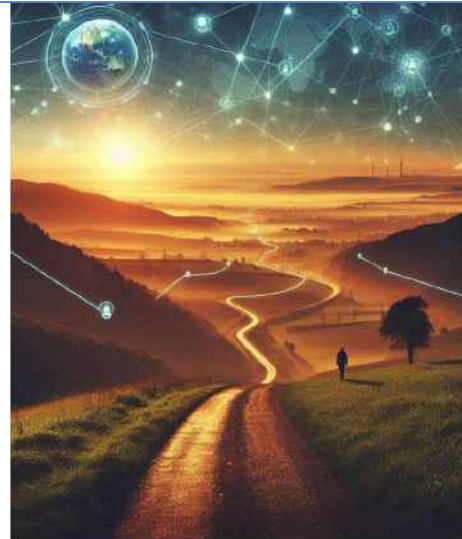
one.intelligence platform Niedersachsen

Ein weiterer zunehmend wichtiger Bereich ist die Digitalisierung. Hierzu zählt insbesondere die Einführung der KI-Plattform one.intelligence, die wir allen Touristikerinnen und Touristikern in Niedersachsen zur Verfügung stellen. Niedersachsen ist das erste Bundesland, das eine solche zentrale Plattform eingeführt hat. Über

eine einheitliche Benutzeroberfläche können verschiedene KI-Anwendungen parallel genutzt und verglichen werden. Das Beste ist: Die Plattform wurde zunächst für alle DMOs, Regionen und Städte für ein halbes Jahr kostenfrei zur Verfügung gestellt, und dieser Zeitraum wurde inzwischen um ein weiteres Jahr verlängert. Die Kosten übernimmt die TMN vollständig. Ziel ist es, Berührungspunkte abzubauen, die Anwendung in den Arbeitsalltag zu integrieren und Prozesse effizienter zu gestalten.

Ziele oi platform Niedersachsen

- Gemeinsam Herausforderungen mithilfe Künstlicher Intelligenz lösen und zusammen lernen und wachsen.
- Kosten reduzieren und wo möglich bündeln.
- KI aktiv nutzen, um Aufgaben im Arbeitsalltag effizienter zu lösen.
- Prozesse optimieren, die uns die Arbeit erleichtern.
- Wissensaustausch fördern und gemeinsam profitieren.
- Best Practices identifizieren und neue Use-Cases erkennen.
- Das touristische Niedersachsen zukunftsfähig aufstellen.



Mit KI (Designer unterstützt von DALL·E 3) erstellt · 12. Juni 2024 um 9:13 AM

Die Plattform erfüllt sämtliche rechtlichen Anforderungen, ist DSGVO-konform, berücksichtigt den EU-AI-Act und wird in Bremen gehostet. Auch Nachhaltigkeitsaspekte, etwa durch energieeffiziente Kühlung der Server Weserwasser, wurden berücksichtigt. Ein wesentlicher Vorteil liegt in der gemeinsamen Nutzung: Prompts und Erfahrungen können geteilt werden, wodurch ein gegenseitiger Lernprozess entsteht. Ebenfalls ist es gut, dass dies eine zentralisierte Anwendung ist, die für alle gleich ist.

Datenhub für Niedersachsen

- Gemeinsamer Datenpool für touristisch relevante Daten in Niedersachsen
- Einheitliche und strukturierte Aufbereitung
- Daten befinden sich in einem System, müssen nur einmal erfasst werden, erfüllen einheitliche Qualitätskriterien und von jedem Akteur genutzt werden.



Eng damit verbunden ist der Niedersachsen Hub, eine seit vielen Jahren bestehende Datenbank für touristisch relevante Informationen. Diese Datenbasis wird kontinuierlich erweitert und soll in den kommenden zwei Jahren systematisch qualitativ gesichert werden. Nicht alle, aber sehr viele Informationen sind Open Data. Ziel ist es, die Aktualität von Informationen wie Öffnungszeiten, Eintrittspreisen oder Veranstaltungsdaten dauerhaft zu gewährleisten. Eine verlässliche Datenarchitektur ist Voraussetzung für digitale Sichtbarkeit und für den Einsatz weiterer digitaler Anwendungen, einschließlich KI-basierter Systeme. Das ist also die Grundbedingung dafür, auf dem Weltmarkt problemlos auffindbar zu sein. Der Niedersachsen-Hub verfügt über eine einheitliche, international lesbare Struktur und zahlreiche Schnittstellen zu anderen Datenbanken, sodass ein breiter Datenaustausch möglich ist.

Qualitätssprints 2025

- Tourist-Informationen,
- Veranstaltungs-Highlights,
- Kunst und Kultur (Cultureland Germany),
- Nationale Naturlandschaften und
- Weihnachtsmärkte

<https://nds.tourismusnetzwerk.info/inhalte/digitales/niedersachsen-hub/datenmanagement/#Q1-25>



Mit Kferstellt, - 1. April 2025 um 16:32 Uhr

Für 2025 wurde der Qualitätssprint für die auf der Folie gelisteten Punkte vollzogen. In den nächsten zwei Jahren wird es Thema für Thema weitergehen, damit sich unsere Datenbasis fortwährend verbessert.

[illegible]

Seit 2024 bietet die TMN zudem eine Framework-Lösung für touristische Websites an. Dabei handelt es sich um standardisierte Templates, die von Destinationen, Städten und Regionen genutzt werden können. Normalerweise kaufen sich Reiseziele solche Templates individuell. Unsere Lösung kann zu einem ausgesprochen niedrigen Preis genutzt werden. Die Nachfrage ist groß, und immer mehr Destinationen nutzen diese Möglichkeit. Unsere Lösung ermöglicht eine einheitliche Darstellung und reduziert Fehleranfälligkeiten. Die TMN bündelt hier die Nachfrage, verhandelt entsprechende Pakete mit Dienstleistern und sorgt dafür, dass auch kleinere Destinationen Zugang zu professionellen digitalen Lösungen erhalten. So haben auch die kleinsten Regionen, die finanziell und personell möglicherweise nicht so gut ausgestattet sind, die Möglichkeit, Zugang zu den Daten zu erhalten.



- Zertifizierung bietet Familien Orientierung für ihre Urlaubsplanung
- Unterstützt touristische Leistungsträger bei der Überprüfung und Weiterentwicklung ihres Angebots
- Zertifizierte Partner werden in die touristische Datenbank und das Marketing der TMN aufgenommen



Zu den Qualitätsinitiativen der TMN: Im Rahmen des Programms „Kinderferienland Niedersachsen“ zertifizieren wir familienfreundliche Betriebe und Orte. Aktuell sind über 350 zertifiziert. Das Zertifizierungsverfahren wurde zuletzt vereinfacht, was zu einer deutlich höheren Beteiligung geführt hat.

NEU: Kinderferienland-Newsletter

- Neuer B2C-Newsletter für Familien
- Stärkung der Marke Kinderferienland
- Erscheinen 4x jährlich
- Themen wie neue Zertifizierungen, Kinderferienland-Orte, saisonale Themen etc.



© Alexander Kahner

Ergänzend wurde ein Endkunden-Newsletter eingeführt, der viermal jährlich erscheint und gezielt über familienfreundliche Angebote der zertifizierten Betriebe und Orte informiert.

Reisen für Alle

Kooperationspartner



- Menschen mit Behinderung sind auf barrierefreie Angebote angewiesen
- Bundesweit einheitliche Qualitätskriterien sorgen für Transparenz und sichern das Qualitätsversprechen
- Zertifizierte Partner werden in die touristische Datenbank und das Marketing der TMN aufgenommen



Auch das Thema Barrierefreiheit gewinnt zunehmend an Bedeutung, nicht nur für Menschen mit Behinderungen, sondern auch für ältere Menschen, Familien mit Kinderwagen oder temporär eingeschränkte Personen. Hierzu gibt es eine bundesweit einheitliche Zertifizierung, die ebenfalls durch die TMN begleitet wird.

Unser Rollenverständnis

- Touristische Mobilität ist integraler Bestandteil nachhaltiger Tourismusentwicklung
- Touristische Mobilität ist ein Wettbewerbsfaktor
- TMN verleiht touristischen Mobilitätsbedürfnissen eine Stimme
- TMN stärkt Sichtbarkeit und Zugänglichkeit nachhaltiger Mobilitätsangebote
- TMN fungiert als Impulsgeberin für nachhaltige Mobilitätslösungen vor Ort



Ein weiterer Schwerpunkt ist die touristische Mobilität. Die TMN versteht diese als integralen Bestandteil einer nachhaltigen Tourismusentwicklung und zugleich als Wettbewerbsfaktor. Touristische Mobilitätsbedürfnisse unterscheiden sich häufig von Alltagsverkehren wie Berufs- oder Schulverkehr und müssen daher gezielt berücksichtigt werden. Die TMN versteht sich hier als Impulsgeberin und Ansprechpartnerin. Zuständig für diesen Bereich ist Frau Karin Werres, Leiterin Tourismus- und Mobilitätsthemen und Ansprechpartnerin für das Thema Radtourismus.

Was haben wir bisher gemacht? ein Auszug:

- Ansprechpartner für Aktivtourismus und Betreuung des Netzwerk Aktivtourismus Niedersachsen
- Vertretung radtouristischer Interessen Niedersachsens in unterschiedlichen Gremien
- Konferenz „Radverkehr und Radtourismus in Niedersachsen gemeinsam entwickeln“ am 24.09.2024 gemeinsam mit der AGFK
- Workshops mit unterschiedlichen Partnern zu nachhaltiger touristischer Mobilität
- Teilnahme am Netzwerkforum Mobilität des DTV
- Netzwerkveranstaltungen zur nachhaltigen (touristischen) Mobilität mit dem ArL Weser-Ems und dem ArL Braunschweig



Wir haben in diesem Bereich schon viel gemacht. Zu den Aktivitäten zählen unter anderem die Mitbegründung der Konferenz „Radverkehr und Radtourismus in Niedersachsen gemeinsam entwickeln“ mit der Arbeitsgemeinschaft Fahrradfreundlicher Kommunen Niedersachsen/Bremen e. V. (AGFK), die Vertretung radtouristischer Interessen in verschiedenen Gremien, Workshops mit Partnern, die Mitarbeit in bundesweiten Netzwerken mit dem DTV sowie unterschiedliche Veranstaltungen mit den Ämtern für Regionale Landesentwicklung Weser-Ems und Braunschweig. Auch der unter Tagesordnungspunkt 1 diskutierte Antrag ist Gegenstand des Austauschs.

Neu: Rad-Dossier

- spezifische Daten zum Radtourismus in Niedersachsen auf Basis einer von der TMN beauftragten Sonderauswertung der ADFC-Radreiseanalyse
- aktuelle Datengrundlage und Argumentationshilfe
- Zentrale Erkenntnisse:
 - Niedersachsen ist eine Top-Raddestination
 - Konsequentes Qualitätsmanagement entscheidet über die zukünftige Wettbewerbsfähigkeit



Der Radtourismus stellt einen der wichtigsten Reiseanlässe in Niedersachsen dar und wirkt als verbindendes Element über sämtliche Regionen hinweg. Die wichtige Klammerfunktion dieser Art von Aktivtourismus betonen auch die DMO-Chefinnen und -Chefs. Grundlage hierfür ist unter anderem eine Reiseanalyse mit einer Sonderauswertung für Niedersachsen, deren Ergebnisse online abgerufen werden können.

Abschließend bleibt festzuhalten, dass Niedersachsen zu den führenden Urlaubsländern in Deutschland zählt. Um diese bundesweite und auch internationale Position in der sehr dynamischen Branche zu halten, müssen wir uns immer wieder neu erfinden. Die Aufgabe der TMN

besteht darin, diese Impulse zu setzen, Entwicklungen frühzeitig zu erkennen und gemeinsam mit den Regionen umzusetzen. Mein Ziel ist ein gemeinschaftliches Vorgehen, um die Qualität und Wettbewerbsfähigkeit des Niedersachsen-Tourismus gemeinsam weiterzuentwickeln.

Gremien

- Geschäftsführerkonferenz
- AG Auslandsmärkte
- AG Qualität
- Social Media AG
- Netzwerk Aktivtourismus
- Partnertreffen Kinderferienland und Reisen für Alle
- Marketingverein aboutcities
- Visit Northern Germany e.V. (ehemals Deutsches Küstenland e.V.)
- Bundesarbeitsgemeinschaft Deutschland zu Pferd e.V.
- Deutscher Tourismusverband e.V.
- Deutsche Zentrale für Tourismus e.V.
- Exzellenzinitiative Nachhaltige Reiseziele (TourCert gGmbH)
- Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen e.V.
- ODTA (Deutsche Zentrale für Tourismus e.V.)

Zum Schluss sehen Sie hier einen Auszug der Gremien, in denen wir bundesweit vernetzt sind.

Aussprache

Abg. **Björn Meyer** (SPD): Die TMN hat sich aus meiner Sicht sehr gut als zentraler und etablierter Akteur in der niedersächsischen Tourismuslandschaft positioniert. Wir haben heute bereits darüber gesprochen, dass im Rahmen der Tourismusstrategie auch zu klären sein wird, wie Aufgaben sinnvoll verteilt werden und wer in der DMO-LTO-Struktur letztlich für welche Themen die Verantwortung trägt. Dabei wird deutlich, dass sich die TMN in bestimmten Bereichen klare Kernkompetenzen erarbeitet hat. Im Strategieprozess kann man deshalb durchaus sagen: Es wäre wenig sinnvoll, wenn die DMOs vor Ort diese Angebote nicht nutzen würden.

Ein Punkt, der für mich heute besonders hervorgestochen ist und in dieser Form neu war, ist das Thema der KI-Plattformen. Das finde ich sehr spannend. Mich interessiert, welche DMOs bereits Zugriff darauf haben beziehungsweise das Angebot schon aktiv nutzen. Das ist aus meiner Sicht auch etwas, das wir als Abgeordnete vor Ort stärker bekannt machen könnten.

Darüber hinaus nehme ich viele der von Ihnen genannten Aktivitäten auch in meiner Region, im Ammerland, wahr. Programme wie „Kinderferienland“ oder „Reisen für alle“ sind dort sichtbar und werden genutzt. Besonders lobend hervorheben möchte ich zudem die von Ihnen angesprochene Veranstaltung gemeinsam mit der AGFK. Ich war selbst vor Ort und sehr angetan von dem hohen fachlichen Niveau und dem inhaltlichen Mehrwert. Auch die starke Vernetzung, die dort ermöglicht wurde, ist aus meiner Sicht ein großer Gewinn.

Diese Einbindung und der fachliche Austausch haben auch für uns als Politik einen erheblichen Mehrwert.

GF'in **Zumbrock** (TMN): Die Plattform steht grundsätzlich allen zur Verfügung, unabhängig davon, ob es sich um eine DMO, eine Region oder eine Stadt handelt. Jede und jeder kann die Plattform one.intelligence kostenfrei nutzen. Konkrete Nutzungszahlen kann ich derzeit nicht

nennen. In der letzten Geschäftsführerkonferenz wurde jedoch deutlich, dass alle Teilnehmenden zumindest bereits einen Einblick hatten. Einige nutzen die Plattform intensiver, andere weniger. Mir ist keine DMO bekannt, die das Angebot nicht nutzt.

Abg. **Tamina Reinecke** (GRÜNE): Ich verfolge die Arbeit der TMN nun schon seit mehreren Jahren und bin immer wieder beeindruckt, mit wie viel Energie und Kontinuität die Themen vorangetrieben werden.

Besonders bemerkenswert finde ich, dass große und komplexe Projekte nicht nur angestoßen, sondern konsequent weiterentwickelt werden. Das zeigte sich auch beim Projekt „Klimawandel anpacken - Anpassungsstrategien für den Tourismus in Niedersachsen“, das 2022 mit dem Deutschen Tourismuspreis ausgezeichnet wurde. Andere hätten an dieser Stelle vielleicht einen Haken dahinter gesetzt. Stattdessen ist deutlich zu sehen, dass das Thema weiter vertieft wird, etwa durch Workshops mit Leistungsträgern und durch die Frage, wie die Inhalte tatsächlich in die Praxis und „auf die Straße“ gebracht werden können.

Auffällig ist zudem, dass die TMN trotz dieser umfangreichen strategischen Arbeit weiterhin sehr präsent vor Ort ist, beratend tätig wird und den Austausch mit den DMOs sucht. Ich weiß, dass es in anderen Bundesländern durchaus Parlamentarier*innen gibt, die mit einem gewissen Neid auf die Tourismusmarketing-Strukturen in Niedersachsen blicken.

Ich habe keine Fragen und möchte an dieser Stelle einfach Danke sagen - und Ihnen weiterhin viel Energie für die zahlreichen Projekte wünschen, die Sie anstoßen.

Abg. **Axel Miesner** (CDU): Der Vortrag war äußerst inspirierend, ebenso wie die gezeigten Bilder zum Reiseland Niedersachsen. Einige der gezeigten Motive sind mir bekannt, was zeigt, dass Sie im Land in der Tat viel unterwegs sind. Insgesamt ist das sehr ansprechend aufbereitet und überzeugend beworben.

Einen Punkt möchte ich noch ansprechen und gern als Anregung mitgeben. Im Bereich Aktivurlaub werden unter anderem Radfahren, Wandern und Urlaub am Meer sehr prominent dargestellt. Ich möchte in diesem Zusammenhang auch das Thema Reittourismus in Niedersachsen erwähnen. Niedersachsen ist das einzige Bundesland mit Pferd im Wappen, und dieses Alleinstellungsmerkmal könnte aus meiner Sicht noch stärker herausgestellt werden.

Ich entdeckte „Reiten im Watt“ auf der Website, habe den Reittourismus ansonsten aber nicht unmittelbar repräsentiert wahrgenommen. Auch vor dem Hintergrund der Tatsache, dass Niedersachsen seit vielen Jahren Mitglied in der Bundesarbeitsgemeinschaft „Deutschland zu Pferd“ ist, bietet sich eine stärkere Sichtbarkeit dieses Themas an.

GF'in **Zumbrock** (TMN): Der Reittourismus ist auf unserer Website als separate Aktivität präsent und wird auch regelmäßig in der Vermarktung berücksichtigt. Er ist zudem immer wieder Bestandteil unserer Kommunikationsmaßnahmen, unter anderem im Newsletter.

Gleichzeitig ist er jedoch kein so prominenter Reiseanlass in Niedersachsen wie etwa Radfahren, Wandern oder Kanufahren. Aus diesem Grund steht das Thema nicht dauerhaft im Vordergrund oder im sogenannten Schaufenster der Hauptkampagnen.

Abg. **Philipp Meyn** (SPD): Sie erwähnten den Begriff Schaufenster und haben darauf hingewiesen, dass viele Themen und Akteure in diesem sichtbar vertreten sein möchten. An mich wurde in diesem Zusammenhang herangetragen, dass insbesondere kleinere Orte bzw. touristische Einheiten sich eine prominentere Darstellung auf der Landesplattform wünschen. Dabei ist mir bewusst, dass es solche Diskussionen auch innerhalb der DMOs gibt, insbesondere wenn mehrere Landkreise oder Regionen umfasst sind und es um die Gewichtung einzelner Orte geht.

GF'in **Zumbrock** (TMN): Alle Regionen und Orte sind grundsätzlich sichtbar. Es ist nicht so, dass bestimmte Bereiche ausgeblendet oder gar nicht dargestellt würden. Vielmehr sind die Orte jeweils in den Themenbereichen präsent, in denen sie ihre Stärken haben - etwa dort, wo sie bestimmte Aktivitäten anbieten, besondere Attraktionen vorweisen oder regional verankert sind. Entsprechend erscheinen sie in unterschiedlichen Rubriken auf der Website.

Wir haben hierzu seinerzeit eine umfassende Übersicht erarbeitet, um sicherzustellen, dass keine Regionen oder Orte grundsätzlich unberücksichtigt bleiben. Dabei ist allerdings auch klar, dass nicht jeder einzelne sehr kleine Ort separat aufgeführt werden kann; das würde den Rahmen sprengen. Gleichwohl ist eine flächendeckende Darstellung gewährleistet.

Abg. **Philipp Meyn** (SPD): Dann gebe ich das so weiter. Gibt es dafür bestimmte Kriterien?

GF'in **Zumbrock** (TMN): Die maßgeblichen Kriterien orientieren sich zunächst an der Endkundensicht. Wir dürfen nicht den Fehler machen, Niedersachsen einfach nur zum Beispiel alphabetisch abzubilden. Entscheidend ist vielmehr, was der Gast sucht: Wohin möchte er reisen, was ist der Anlass der Reise, was verursacht den größten Traffic? Wichtig ist also, wo Nutzerinnen und Nutzer zuerst nach Informationen suchen. Die Landesplattform ist eine Endkundenseite.

Gäste suchen in der Regel nicht nach formalen Reiseregionen, sondern zum Beispiel nach der Küste, nach einem konkreten Ort oder nach bestimmten Aktivitäten wie Radfahren. Entsprechend haben wir die Inhalte auf unserer Website thematisch geclustert. Gleichzeitig haben wir darauf geachtet, eine gewisse Ausgewogenheit herzustellen, sodass auch Regionen mit weniger touristischen Leuchttürmen zu bestimmten Themen zeitweise prominenter dargestellt werden.

Gleichwohl ist klar, dass nicht alle Angebote gleichzeitig im sogenannten Schaufenster platziert werden können. Ergänzend arbeiten wir daher mit nachgelagerten Übersichten, in denen das gesamte Angebot aufgeführt ist. Diese Listings sind offen gestaltet. Sollte dort etwas fehlen, kann dies jederzeit zurückgemeldet werden und wird ergänzt. Ziel ist es, das touristische Angebot Niedersachsens flächendeckend abzubilden, auch wenn nicht alles gleichermaßen im Schaufenster beworben werden kann.

Abg. **Sina Maria Beckmann** (GRÜNE): Digitalisierung ist ja ein sehr wichtiges, wenn nicht sogar das zentralste Thema. Auf einer der Folien war ein QR-Code zu den Raddaten und -fakten abgebildet. Ich habe diesen gerade aufgerufen und war sehr angetan. Ich habe die Inhalte auch direkt an Personen weitergeleitet, die im Bereich Fahrradtourismus in Niedersachsen tätig sind. Es ist wirklich sehr positiv, wie hochwertig diese Daten aufbereitet sind und dass sie so gut weiterverwendet werden können.

Sie haben zu Beginn ausgeführt, Tourismus sei stark mit Emotionen verbunden. Dazu gehört ganz wesentlich auch die visuelle Ansprache. Die von Ihnen gepflegte Website ist sehr ansprechend gestaltet, ebenso die Materialien, die Sie hier präsentieren. Das weckt Interesse, sich

damit zu beschäftigen, und im besten Fall auch die Lust, nach Niedersachsen zu kommen und hier Urlaub zu machen.

Ich habe noch eine Frage zum Thema KI, insbesondere zur Anmeldung. Sie sagten, die Plattform könne von allen genutzt werden. Ich habe mir das nebenbei auf der Website angesehen. Dort heißt es, destination.one-Kunden könnten sich direkt mit ihrem bereits vorhandenen Log-In anmelden. Kann man sich, wenn man ein solches Login noch nicht hat, unkompliziert neu registrieren, oder ist dafür ein längerer Freigabeprozess erforderlich?

GF'in **Zumbrock** (TMN): Das ist relativ schnell möglich.

Abg. **Sina Maria Beckmann** (GRÜNE): Das heißt, wenn man das Thema in den Regionen anspricht und dort signalisiert wird, dass die Plattform noch nicht bekannt ist oder noch nicht genutzt wird, kann man sehr niedrigschwellig zur Nutzung einladen und gegebenenfalls auch auf entsprechende Anleitungen verweisen.

GF'in **Zumbrock** (TMN): Ich kann hierfür auch noch mal eine Anleitung verschicken.

Zur Klarstellung: Destination one hieß früher neusta. Es handelt sich um ein Unternehmen mit Sitz in Bremen; der frühere Name ist möglicherweise noch geläufiger. Es handelt sich jedoch weiterhin um dieselbe Organisation und dieselbe technologische Grundlage. Für bestehende neusta-Kundinnen und -Kunden erfolgt der Zugang anders, da diese bereits über entsprechende Zugänge verfügen.

Tagesordnungspunkt 3:

Starke Gastronomie für ein starkes Niedersachsen - Entlastungen, Fachkräftesicherung und Zukunftsperspektiven

Antrag der Fraktion der CDU - [Drs. 19/8544](#)

direkt überwiesen am 01.10.2025

federführend: AfWVBuD;

mitberatend gem. § 27 Abs. 4 Satz 1 i. V. m. § 39 Abs. 2 Satz 2 GO LT: AfHuF;

Stellungnahme gem. § 28 Abs. 4 i. V. m. § 39 Abs. 2 Satz 3 GO LT: UATourismus

Abg. **Björn Meyer** (SPD) beantragt, diesen Tagesordnungspunkt von der Tagesordnung abzusetzen, da die Unterrichtung im federführenden Ausschuss noch ausstehe.

Der **Unterausschuss** beschließt einstimmig, diesem Antrag zu folgen.

Die Arbeit der TMN

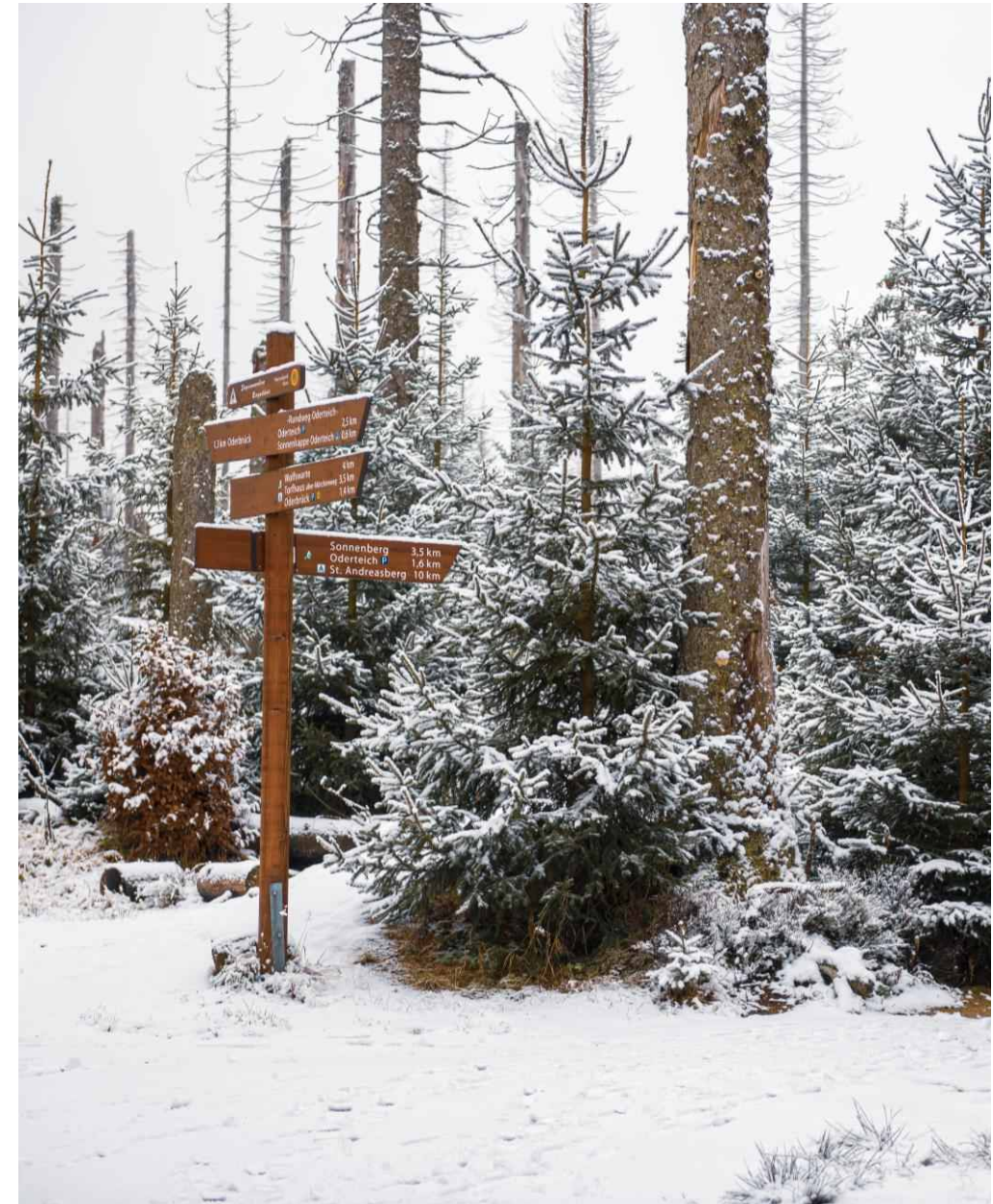
Hauptaufgabe

- zukunftsorientierte Positionierung Niedersachsens im nationalen und internationalen Tourismuswettbewerb
- Zusammenarbeit mit den regionalen Tourismusakteuren
- Entwicklung und Durchführung von Maßnahmen



Bereiche

- Marketing
- Marktforschung
- Klimawandel & Nachhaltigkeit
- Digital
- Qualität
- Touristische Mobilität





Marketing

A man and a woman are sitting on a wooden dock that extends into a calm lake. The man is on the left, wearing a grey long-sleeved shirt and dark pants, leaning back on his hand. The woman is on the right, wearing a light-colored top and dark pants, looking towards the camera. The background features a dense line of green trees under a blue sky with light clouds. A semi-transparent red rectangular box is overlaid on the image, containing the text.

Peak Kampagne 2025





N! Reiseland Niedersachsen ... ×
 Anzeige · 🌐

👤 Einfach mal durchatmen, die Natur aufnehmen und weit mehr empfinden. Das fühlt sich echt an 🤗🍃



Weit mehr empfinden.

NIEDERSACHSEN!

▶ 0:00 / 0:10 🔊

 reiseland-niedersach...
Weit mehr empfinden 🍷🍷❤️

Mehr dazu



▼ Your music will continue after the break



N! Reiseland...
 Niedersachsen
 Advertisement

0:00 0:30

🗨️ ⏮️ ▶️ ⏭️ 👍

In Niedersachsen weit mehr erleben. [Mehr Infos](#)

WEIT MEHR

Sie sind hier [Home](#) >

Ein kleiner Moment, eine kurze Auszeit, eine unvergessliche Reise. Manchmal ist das nur einen Atemzug entfernt.

Du suchst ein besonderes Naturerlebnis, ein unvergessliches Abenteuer oder einen Ort nur für dich? Ob Yoga in den Dünen, mit dem Kanu auf einsamen Flüssen dahingleiten oder durch wunderschöne Heidelandschaften wandern: In Niedersachsen kannst du **weit mehr entdecken, weit mehr erleben** und **weit mehr empfinden**. Und du weißt: Das fühlt sich echt an!



Weit mehr erleben



Weit mehr empfinden



Weit mehr entdecken

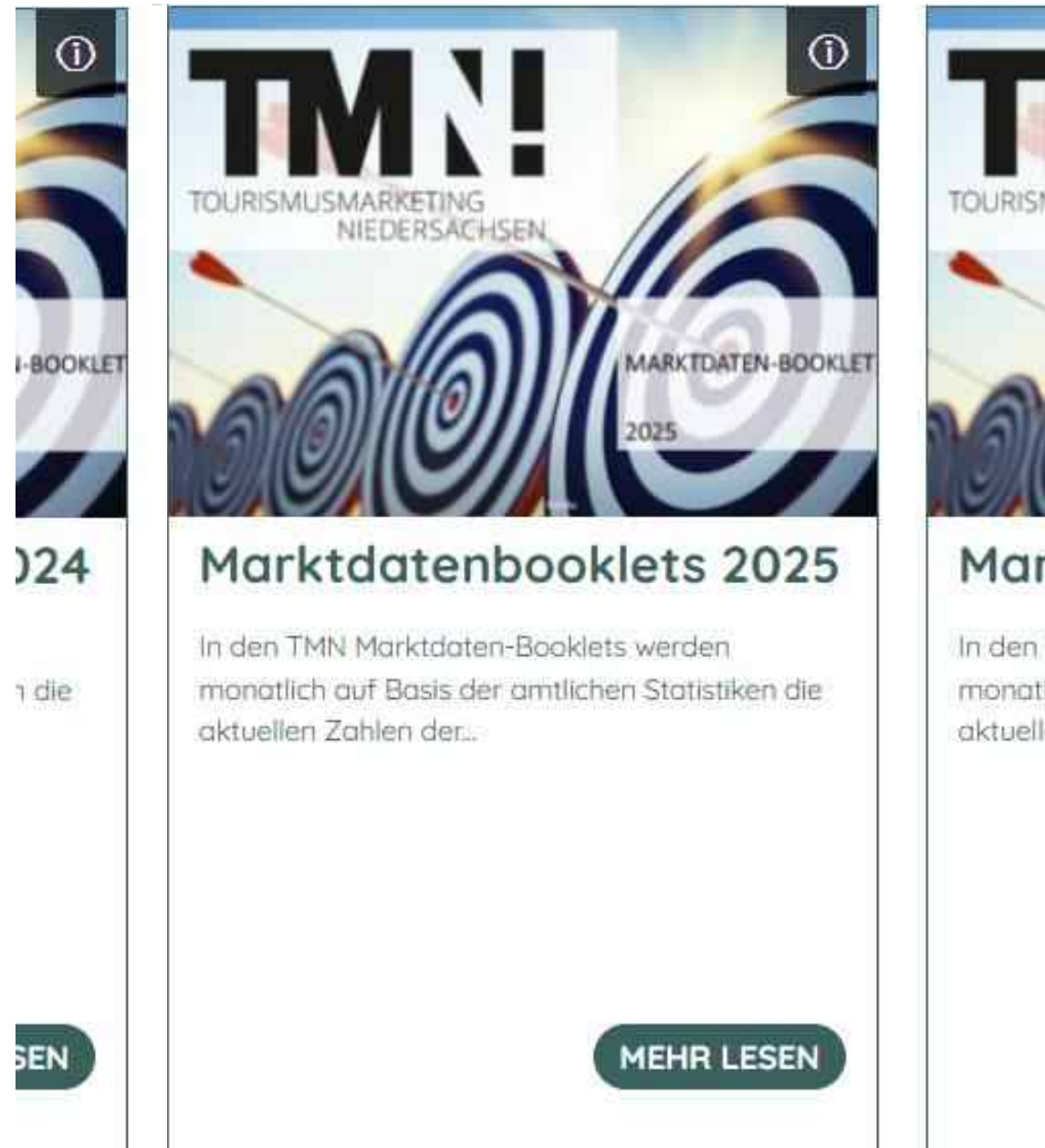
www.reiseland-niedersachsen.de

A photograph of a green and red train on a track in a rural landscape. The train is moving away from the viewer, and the tracks curve into the distance. The background features rolling green hills under a blue sky with scattered clouds. A semi-transparent green rectangular box is overlaid on the middle of the image, containing the text "Marktforschung" in white.

Marktforschung

Marktdatenbooklets

- Monatlich auf Basis der amtlichen Statistiken aufbereitet
- Kernthemen:
 - Übernachtungen & Ankünfte in den Bundesländern
 - verschiedene Detailübersichten
 - Incoming der wichtigsten Quellmärkte





Klima & Nachhaltigkeit

„Klimawerkstatt für Leistungsträger“

- Entwicklung von Werkzeugen und Hilfestellung insbesondere für **touristische Betriebe & Leistungsträger**
- Nutzung der Erkenntnisse und Dokumente aus „Klimawandel anpacken“ & „Klimawerkstatt“
- Hilfestellungen: Anwendungsbeispiele, Best-Practice-Börse, Kartenspiel & Checkliste zur eigenen Betroffenheit und den Umgang mit Klimafolgen



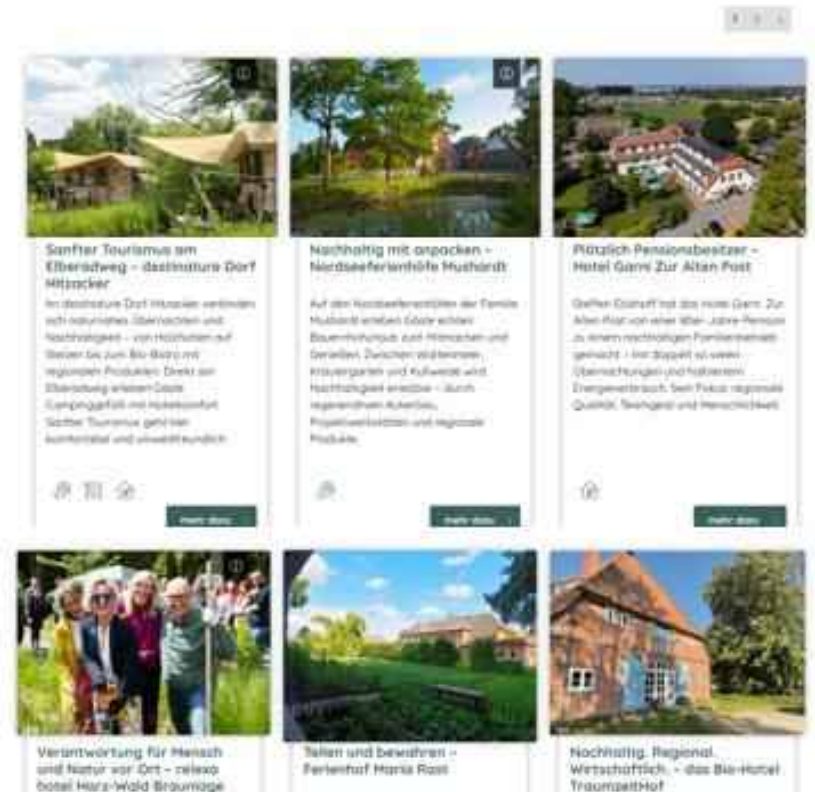
Anwendungsbeispiele

- Doppelseitige Übersicht mit praktischen Anwendungsbeispielen zu unterschiedlichen Themen wie z.B. Beschattung von Gebäuden, Starkregenvorsorge oder Wasser sparen
- Vorschläge für erste Ansätze zur Umsetzung und Maßnahmenideen
- Zusätzlich weitere Inspirationen und Tipps



Best-Practice-Börse

- Darstellung auf dem Tourismusnetzwerk
- Präsentation nachhaltigkeitsengagierter Betriebe
- Gliederung zu nachhaltigen Themen:
 - Nachhaltige Küche
 - Ökologische Bauweise
 - Nachhaltige Betriebsführung
 - Energie und CO2
- Weitere Beispiele kommen ständig hinzu



Kartendeck und Checkliste

- Zur Dokumentation der Betroffenheit von Klimafolgen für den eigenen Betrieb
- Gliederung in Themen wie Wasser, Trockenheit, Hitze und Weitere
- Überblick über Folgen des Klimawandels und möglich auftretender Ereignisse
- Mögliche Handlungsoptionen für den eigenen Betrieb



Checkliste Klimaanpassung

Wasser

Keller- und/oder Erdgeschossräume sind schon einmal überschwemmt worden Karte

☐ Trifft auf meinen Standort zu ☐ Direkter Einfluss auf die Betriebsführung ☐ Relevanz jetzt ☐ Relevanz in Zukunft ☐ Risikobewertung: 0 kein Risiko – 10 hohes Risiko ☐ Weitere Informationen not

Verantwortlichkeit (Position und Person) _____ Notizen _____

Die Kellerräume werden aktiv genutzt Karte

☐ Trifft auf meinen Standort zu ☐ Direkter Einfluss auf die Betriebsführung ☐ Relevanz jetzt ☐ Relevanz in Zukunft ☐ Risikobewertung: 0 kein Risiko – 10 hohes Risiko ☐ Weitere Informationen not

Verantwortlichkeit (Position und Person) _____ Notizen _____



Digital



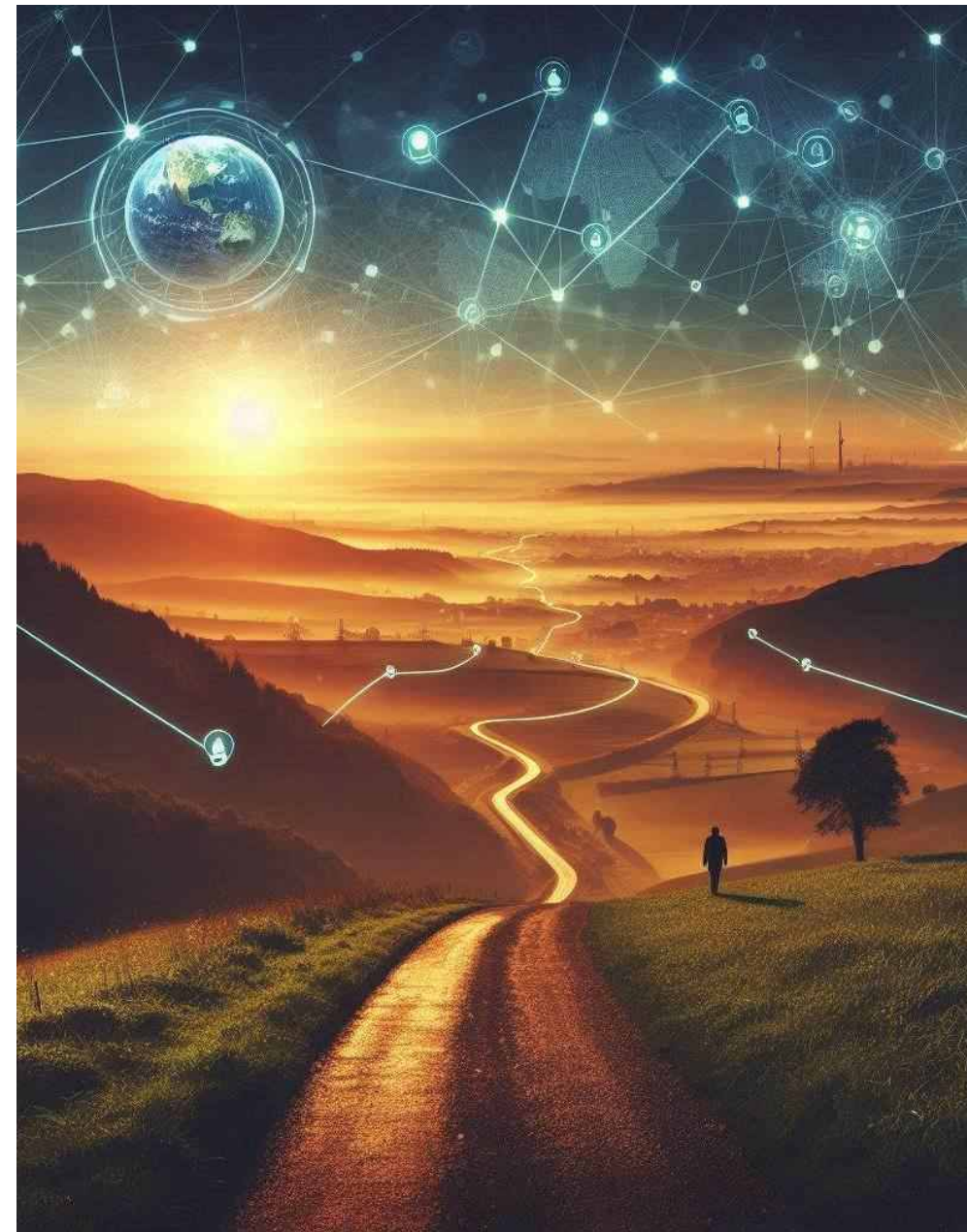
**Für alle Touristiker aus
Niedersachsen!**

**Eine Plattform.
Alle Touristiker.
Smarte KI für
Niedersachsen.**

**one.intelligence
platform
Niedersachsen**

Ziele oi platform Niedersachsen

- Gemeinsam Herausforderungen mithilfe Künstlicher Intelligenz lösen und zusammen lernen und wachsen.
- Kosten reduzieren und wo möglich bündeln.
- KI aktiv nutzen, um Aufgaben im Arbeitsalltag effizienter zu lösen.
- Prozesse optimieren, die uns die Arbeit erleichtern.
- Wissensaustausch fördern und gemeinsam profitieren.
- Best Practices identifizieren und neue Use-Cases erkennen.
- Das touristische Niedersachsen zukunftsfähig aufstellen.



Mit KI (Designer unterstützt von DALL·E 3) erstellt · 12. Juni 2024 um 9:13 AM



NIEDERSACHSEN! HUB

Datenhub für Niedersachsen

- Gemeinsamer Datenpool für touristisch relevante Daten in Niedersachsen
- Einheitliche und strukturierte Aufbereitung
- Daten befinden sich in einem System, müssen nur einmal erfasst werden, erfüllen einheitliche Qualitätskriterien und von jedem Akteur genutzt werden.



Qualitätssprints 2025

- Tourist-Informationen,
- Veranstaltungs-Highlights,
- Kunst und Kultur (Cultureland Germany),
- Nationale Naturlandschaften und
- Weihnachtsmärkte

<https://nds.tourismusnetzwerk.info/inhalte/digitales/niedersachsen-hub/datenmanagement/#Q1-25>



Mit KI erstellt, · 1. April 2025 um 16:32 Uhr

FÜHL DIE WEITE

Kalte Luft, warmes Gefühl

Wintertage in Niedersachsen

Wenn der Winter nach Niedersachsen kommt, verwandeln sich historische Plätze in funkelnde Kulissen, und besondere Weihnachtsmärkte füllen ganze Altstädte mit warmen Düften. Im Harz warten verschneite Wälder und klare Höhenluft auf neue Wintermomente. Dazu öffnet der große Niedersachsen-Adventskalender täglich eine Überraschung mit attraktiven Gewinnen.



Fahrrad-Erlebnisse Glück auf zwei Rädern

Niedersachsen gehört zu den Top 3 Bundesländern



Natur, Kultur und Abenteuer

Das ist Niedersachsen von Nord bis Süd

Niedersachsen, das zweitgrößte Bundesland Deutschlands, erstreckt sich von der Nordseeküste bis zu den Mittelgebirgen im Süden und bietet eine beeindruckende Vielfalt an Landschaften und Sehenswürdigkeiten.

Der Norden

Sandburgen bauen oder segeln, Wattwandern, Radfahren, Kitesurfen oder Schafe auf dem Deich zählen – an der Nordseeküste und auf den sieben Ostfriesischen Inseln macht es einfach Spaß, draußen aktiv zu sein. Hier scheint oft die Sonne und fast immer weht eine frische Brise. Und frische Luft macht bekanntlich hungrig. Da helfen Fischbrötchen, Matjes und Labskaus, Salzwiesenlamm, Queller und dazu eine Sanddornschorle. Bei der Fahrradtour zu den Ostfriesischen Inseln geht es mitten durch den Nationalpark Niedersächsisches Wattenmeer. Man kommt dabei auch an Sandbänken vorbei, auf denen sich Seehunde und Kegelrobber räkeln. Aber bitte nicht stören! Wer die Tiere von nahem sehen möchte: Verlassene Heuler zieht die Seehundstation in Norddeich groß. Und für Nordseerurlaub zwischen Deichen und Wattenmeer geht es nach Buntjadingen in die Wesermarsch. Ideal für Familien!



In Ostfriesland rollt die Kugel. Die flache Landschaft ist einfach wie geschaffen für den ostfriesischen Volkssport Boßeln, bei dem eine Kugel so weit wie möglich durch Wiesen und Felder gerollt wird. In Leer oder Emden fährt man Rad oder auf den Fehnkanälen Kanu. Zu essen gibt es Snirtjebrä, Schweinebraten, und zu Neujahr traditionell Krüllkuchen, dünne Waffeln aus dem Eisen. Zu jeder Tageszeit trinkt man hier den starken schwarzen Ostfriesentee mit Sahne und Kandis – als Gast mindestens drei Tassen am Stück.



Das berühmteste Exportgut aus dem Alten Land? Äpfel, Kirschen und anderes Obst. Westlich von Hamburg liegt dieses größte zusammenhängende Obstanbaugebiet Nordeuropas. Gemütliches Kleinstadt-Feeling findet man in Stade und die breiten Sandstrände im Cuxland rund um Cuxhaven lassen nicht nur Kinderaugen strahlen. Zum Publikumsmagneten hat sich das Künstlerdorf Worpswede nördlich von Bremen mit dem nahe gelegenen, stimmungsvollen Teufelsmoor gemauert. Und wer auf der Suche nach weiten Wiesen und dichten Wäldern ist und gern im Flachland wandert, besucht die Nordpfade im Landkreis Rotenburg (Wümme).



Qualitätsinitiativen der TMN

KINDERFERIENLAND NIEDERSACHSEN!

- Zertifizierung bietet Familien Orientierung für ihre Urlaubsplanung
- Unterstützt touristische Leistungsträger bei der Überprüfung und Weiterentwicklung ihres Angebots
- Zertifizierte Partner werden in die touristische Datenbank und das Marketing der TMN aufgenommen



NEU: Kinderferienland-Newsletter

- Neuer B2C-Newsletter für Familien
- Stärkung der Marke Kinderferienland
- Erscheinen 4x jährlich
- Themen wie neue Zertifizierungen, Kinderferienland-Orte, saisonale Themen etc.



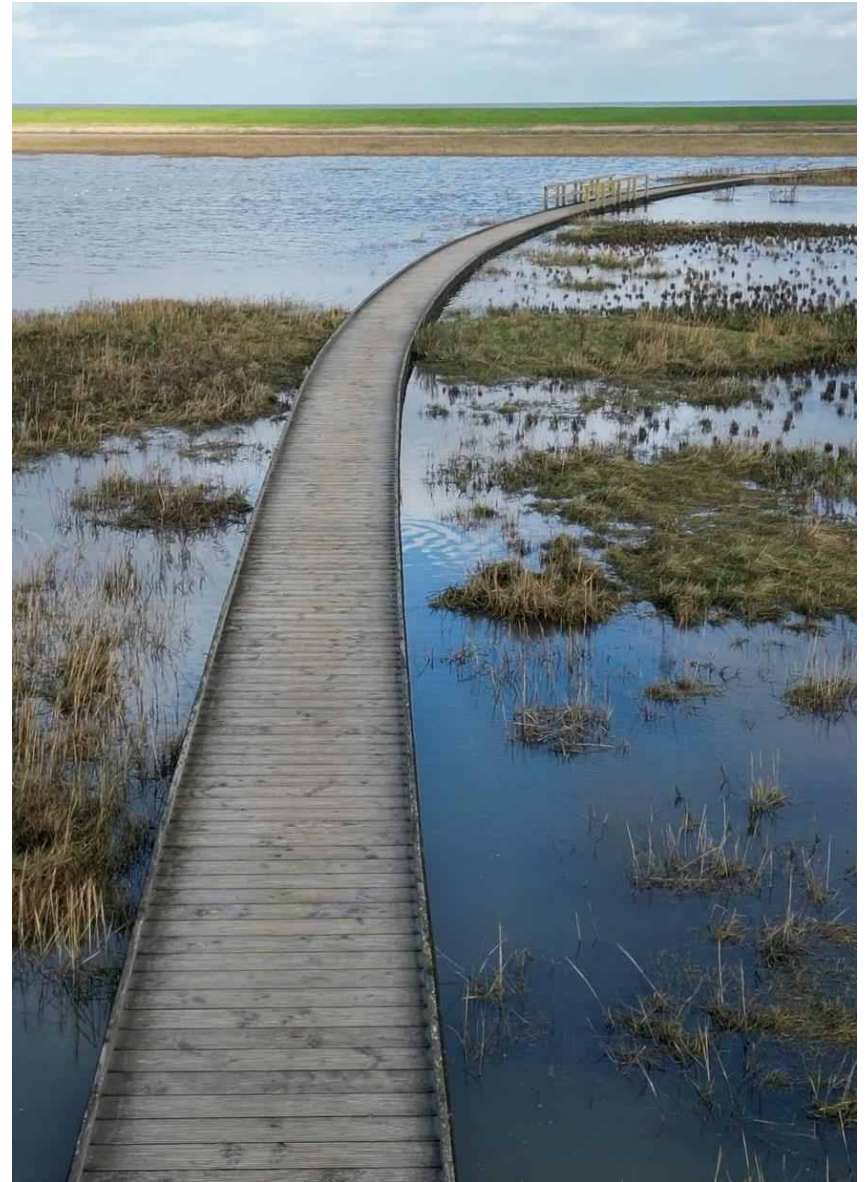
© Alexander Kaffner

Reisen für Alle



Kooperationspartner

- Menschen mit Behinderung sind auf barrierefreie Angebote angewiesen
- Bundesweit einheitliche Qualitätskriterien sorgen für Transparenz und sichern das Qualitätsversprechen
- Zertifizierte Partner werden in die touristische Datenbank und das Marketing der TMN aufgenommen



A photograph of a paved road with white lane markings stretching into the distance. The road is flanked by snow-covered evergreen trees. A semi-transparent green rectangular banner is overlaid across the middle of the image, containing the text 'Touristische Mobilität' in white.

Touristische Mobilität

Unser Rollenverständnis

- Touristische Mobilität ist integraler Bestandteil nachhaltiger Tourismusentwicklung
- Touristische Mobilität ist ein Wettbewerbsfaktor
- TMN verleiht touristischen Mobilitätsbedürfnissen eine Stimme
- TMN stärkt Sichtbarkeit und Zugänglichkeit nachhaltiger Mobilitätsangebote
- TMN fungiert als Impulsgeberin für nachhaltige Mobilitätslösungen vor Ort



Was haben wir bisher gemacht? ein Auszug:

- Ansprechpartner für Aktivtourismus und Betreuung des Netzwerk Aktivtourismus Niedersachsen
- Vertretung radtouristischer Interessen Niedersachsens in unterschiedlichen Gremien
- Konferenz „Radverkehr und Radtourismus in Niedersachsen gemeinsam entwickeln“ am 24.09.2024 gemeinsam mit der AGFK
- Workshops mit unterschiedlichen Partnern zu nachhaltiger touristischer Mobilität
- Teilnahme am Netzwerkforum Mobilität des DTV
- Netzwerkveranstaltungen zur nachhaltigen (touristischen) Mobilität mit dem ArL Weser-Ems und dem ArL Braunschweig



Neu: Rad-Dossier

- spezifische Daten zum Radtourismus in Niedersachsen auf Basis einer von der TMN beauftragten Sonderauswertung der ADFC-Radreiseanalyse
- aktuelle Datengrundlage und Argumentationshilfe
- Zentrale Erkenntnisse:
 - Niedersachsen ist eine Top-Raddestination
 - Konsequentes Qualitätsmanagement entscheidet über die zukünftige Wettbewerbsfähigkeit

zum
Download





Klare Ziele. Neue Impulse.

Gremien

- Geschäftsführerkonferenz
- AG Auslandsmärkte
- AG Qualität
- Social Media AG
- Netzwerk Aktivtourismus
- Partnertreffen Kinderferienland und Reisen für Alle
- Marketingverein aboutcities
- Visit Northern Germany e.V. (ehemals Deutsches Küstenland e.V.)
- Bundesarbeitsgemeinschaft Deutschland zu Pferd e.V.
- Deutscher Tourismusverband e.V.
- Deutsche Zentrale für Tourismus e.V.
- Exzellenzinitiative Nachhaltige Reiseziele (TourCert gGmbH)
- Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen e.V.
- ODTA (Deutsche Zentrale für Tourismus e.V.)



Vielen Dank