

niedersachsen kompass

Trends | Meinungen | News

Ausgabe Winter 03/10



Diese Ausgabe im Überblick

Tourismus aktuell Wann ist Ihr Leibgericht? Die kulinarische Zeitreise durch Niedersachsens Städte geht 2011 weiter – Seite 4

Tourismus aktuell Beste Noten für musikalische Kurzurlaube – Seite 9

Tourismus aktuell Die TMN präsentiert das Reiseland Niedersachsen im In- und Ausland – Seite 10

ServiceQualität Deutschland in Niedersachsen Stufe III – Pilotbetriebe gesucht! – Seite 14


Tourismus aktuell Das Reiseland Niedersachsen macht Schlagzeilen im In- und Ausland – Seite 16



TourismusMarketing
niedersachsen



**Bis zu 5 Personen.
1 Tag. 28 Euro.**



**Jetzt online kaufen:
www.bahn.de/erlebnis**

Raus aus dem Alltag – rein ins Erlebnis.

Mit dem Niedersachsen-Ticket für nur 28 Euro.



Mit uns zu den schönsten Ausflugszielen in Niedersachsen, Bremen und Hamburg.

Für günstige 28 Euro den Alltag einfach hinter sich lassen.

- Bis zu 5 Personen oder Eltern/Großeltern (max. 2 Erwachsene) mit beliebig vielen eigenen Kindern/Enkeln unter 15 Jahren
- Montags bis freitags von 9 bis 3 Uhr des Folgetages, am Wochenende und an gesetzlichen Feiertagen schon ab 0 Uhr
- Gilt in ganz Niedersachsen, Bremen und Hamburg in den Nahverkehrszügen der DB (RE, RB und S-Bahn) und in weiteren Bahnen (EVB, eurobahn, metronom, NordWestBahn, arriva, cantus und WestfalenBahn) in der 2. Klasse
- Für Alleinreisende: das Niedersachsen-Ticket Single für 20 Euro
- Viele Ausflugsziele unter www.bahn.de/erlebnis

Die Bahn macht mobil. Seit 175 Jahren.

Alle Preise am DB Automaten und im Internet, für nur 2 Euro mehr mit persönlicher Beratung in allen DB Verkaufsstellen.

Bilder: v.l.n. © WEB, © TourismMarketing Niedersachsen GmbH, © Erlebnis Zoo Hannover



Marketing- und Kooperationsangebote 2011 der TMN sind online

Das Arbeitsprogramm 2011 der TMN informiert die Partner in Niedersachsen über die im Jahr 2011 geplanten Marketingmaßnahmen.

Folgende Geschäftsfelder stehen zum Download bereit:

Marktforschung und Strategisches Marketing

Marktbearbeitung Ausland

Marktbearbeitung Deutschland

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

ServiceQualität Deutschland in Niedersachsen



Zusätzlich können alle Unternehmensbereiche im Kooperationsplaner angeschaut und abgerufen werden. Neben einem RSS-Feed wird ein TMNews-Alarm angeboten, der immer aktuelle und Last-Minute-Angebote veröffentlicht.

Weitere Informationen
www.tourismuspartner-niedersachsen.de

Jetzt noch
anmelden bis zum
15.12.2010

8. Städtebörse

am 19. und 20. Februar 2011 in Hannover

Die Städtebörse Niedersachsen bietet nun schon zum achten Mal eine interessante Plattform, auf der Reiseveranstalter und Anbieter niedersächsischer Destinationen sich zum Austausch treffen. Es warten interessante Fachgespräche und ein Rahmenprogramm in und um Hannover. Gastgeber dieser Veranstaltung sind die Hannover Marketing und Tourismus GmbH sowie die Flughafen Hannover GmbH.

Die Städtebörse informiert Reiseveranstalter über neue touristische Angebote, aktuelle Programme der Städte und Regionen sowie konkrete Hotelangebote.

Nutzen Sie die Chance und melden Sie sich bis zum 15.12.2010 als Aussteller an.

Info

Weitere Informationen im Internet:
www.tourismuspartner-niedersachsen.de

Ansprechpartner
Jessica Safar
0511 270488-27
safar@tourismuniedersachsen.de



einladung
zur 8. Städtebörse Niedersachsen



TourismusMarketing
niedersachsen

www.reiseland-niedersachsen.de



Wann ist Ihr Leibgericht?

// Die kulinarische Zeitreise durch Niedersachsens Städte geht 2011 weiter

Die am 25. September 2010 gestartete Städtekampagne „Wann ist Ihr Leibgericht? Kulinarische Zeitreise durch Niedersachsens Städte“ wird auch 2011 weiter fortgeführt.

Zum Auftakt wurde der mit den Städtepartnern Braunschweig, Bremerhaven, Celle, Goslar, Göttingen, Hameln, Hannover, Hildesheim, Lüneburg, Oldenburg, Osnabrück, Papenburg, Wilhelmshaven, Wolfenbüttel, Wolfsburg und der Autostadt in Wolfsburg gemeinsam gestaltete Tageszeitungsbeileger in einer Auflage von 150.000 Exemplaren über die Hannoversche Allgemeine, die Braunschweiger und die Neue Osnabrücker Zeitung verteilt. Gleichzeitig ging als Herzstück der Vertriebsaktivitäten die neue Internetseite www.staedtereisen-niedersachsen.de (als Rubrik des Portals www.reiseland-niedersachsen.de) online, über die rund 70 kulinarische Städtearrangements ab sofort buchbar sind. Parallel fuhr die Städtekampagne auf einem 4-seitigen Anzeigenspecial in der Zeitschrift DB mobil mit allen Fernverkehrszügen quer durch Deutschland. Die erfreulichen Responsezahlen dieser beiden Aktionen belegen das hohe Interesse an Städtereisen bei unserer Zielgruppe. Im Onlinebereich ist die Kampagne auf reichweitenstarken Portalen wie t-online.de, web.de und focus.de noch bis Dezember über redaktionelle Bild-/Text-Teaser eingebunden, die auf die neue Webseite mit den Städtearrangements verlinken.

Auch 2011 wird die Kampagne fortgeführt. Das Prinzip der gemeinschaftlichen Finanzierung zwischen der TMN, den Städtepartnern und weiteren Partnern aus der Wirtschaft wird dabei beibehalten. Für einen festen Betrag von 5.000 Euro pro Jahr kann sich jeder Städtepartner beteiligen und so das gemeinsame Kampagnenbudget erhöhen. Neben den Städtepartnern, die schon zum Kampagnenstart dabei waren, besteht noch für die folgenden Städte die Möglichkeit, Partner der Kampagne zu werden: Emden, Lingen, Gifhorn, Verden, Hann. Münden und Stade. Ein Einstieg ist jederzeit möglich – lassen Sie uns darüber sprechen, wie wir Sie und Ihre Leistungsträger integrieren können! Gerne können in individuellen Workshops mit der TMN Produktideen entwickelt werden, die der kommunikativen Leitidee der Kampagne entsprechen.



Für das zweite Kampagnenjahr sind erneut zielgruppenaffine Maßnahmen Bestandteil des Marketingpaketes. Dieses wird von der TMN mit den Städtepartnern gemeinsam entwickelt und verabschiedet. Der Fokus der Maßnahmen liegt im 2. Kampagnenjahr auf Vertriebsaktivitäten; diese werden auf die Quellmärkte Westfalen und die Metropolregion Hamburg ausgedehnt. Die Webpräsenz auf www.staedtereisen-niedersachsen.de bleibt bestehen und wird auch nach dem geplanten Relaunch des Reiseland-Portals im zweiten Quartal 2011 die Angebotsdatenbank mit den kulinarischen Städtearrangements enthalten. Die Kampagnenwebsite wird auch weiterhin in allen Maßnahmen kommuniziert, um eine zentrale Plattform für alle Buchungsanfragen zu etablieren.

Auch für das zweite Kampagnenjahr ist eine Einbindung von Wirtschaftspartnern geplant. Nach der erfolgreichen Integration von der Deutschen Bahn AG, den designer outlets Wolfsburg, der Fürstenberg Porzellanmanufaktur und der Marketinggesellschaft der Niedersächsischen Land- und Ernährungswirtschaft e. V. sind weitere Partner willkommen. Haben auch

Sie Interesse, Ihr Unternehmen in einem wachstumsstarken Marktsegment zu positionieren? Sprechen Sie uns an und lassen Sie uns eine gemeinsame Cross-Marketing-Partnerschaft entwickeln!

Ansprechpartner:
Barbara Nachbagauer,
nachbagauer@tourismusniedersachsen.de



Auch in 2011 lädt Niedersachsen zum vitalen Wohlfühlurlaub ein – „Genießen Sie sich“ geht in das zweite Kampagnenjahr

Seit April 2010 lädt die TMN unter dem Motto „Genießen Sie sich“ mit ausgefallenen, wellness- und gesundheitsorientierten Angeboten erfolgreich zu einem Verwöhnurlaub in Niedersachsen ein. Seit Oktober ergänzt ein hochwertiges Magazin die Marketinginstrumente der Kampagne. Mit einer redaktionellen Mischung aus emotional aufgebauten Serviceinformationen im Rahmen von „Storytelling“, bunten Urlaubstipps, einem hohen Bildanteil und konkreten Angeboten steckt das 46-seitige Reisemagazin voller neuer Ideen und beherrscht die redaktionelle Aufarbeitung spannender und themenbezogener Artikel in Kombination mit verlockenden Buchungsangeboten.

Das neue Reisemagazin der TMN erscheint in einer Gesamtauflage von 35.000 Exemplaren und ist Bestandteil der dreijährigen Tourismuskampagne „Genießen Sie sich“. Im Frühjahr 2011 wird das Reisemagazin als Paketbeilage in die definierten Quellgebiete der Kampagne versandt. Die TMN bietet ihren Kampagnenpartnern mit dieser Maßnahme die Möglichkeit, über die Einbindung eines attraktiven Wohlfühl-Arrangements im Angebotsbeihafter 20.000 Haushalte der Zielgruppe Frauen 40 Plus zu erreichen.

Werden Sie Kampagnenpartner!

Machen Sie mit Ihrem Angebotseintrag im vertriebsorientierten Portal www.geniessen-sie-sich.de den ersten Schritt, um von der weitreichenden und zielgruppengerichteten Mediaplanung zu profitieren. Für das zweite Kampagnenjahr setzt die TMN hier verstärkt auf das Onlinemarketing. Neben der Suchmaschinenoptimierung und -werbung über google AdWords wird das Portal www.geniessen-sie-sich.de als Herzstück der Kampagne auch über redaktionelle Bild-/Text-Teaser auf reichweitenstarken Portalen wie t-online.de,



web.de und focus.de sowie in zielgruppenaffinen Umfeldern wie focus.de/gesundheit oder gofeminin.de beworben. Weitere Möglichkeiten, sich als Kampagnenpartner vom Media-Mix zu profitieren, bietet die Einbindung in den regelmäßig erscheinenden Endkundennewsletter, die Integration eines Top-Angebotes auf www.bahn.de/niedersachsen oder aber das Gewinnspacing in Yellow Press und Tageszeitungen.

Alle Infos zu den attraktiven Beteiligungsmöglichkeiten für interessierte Leistungsträger und Betriebe finden Sie ab sofort im Kooperationsplaner unter www.tourismuspartner-niedersachsen.de.

Ansprechpartner:
Frederike Walter,
walter@tourismusniedersachsen.de

Beteiligungsmöglichkeiten für Partner

Print

Angebotseintrag Magalog-Beihefter

Anzeigen-Kollektiv Tageszeitungen

CityCards mit individ. Bedruck

Online

Angebotseintrag englisch

Eintrag im Newsletter

Beteiligung Teaserkonzepte

Top-Angebot bahn.de/niedersachsen

Weitere Zusatzbausteine

- Gewinnspacing:
 - Yellow-Press/Tageszeitungen
 - Online-Verlosungen

Einbindung TMN-Pressearbeit



Reiseverhalten der Deutschen nach der Herkunft – Inlandsreisen bei Niedersachsen besonders beliebt

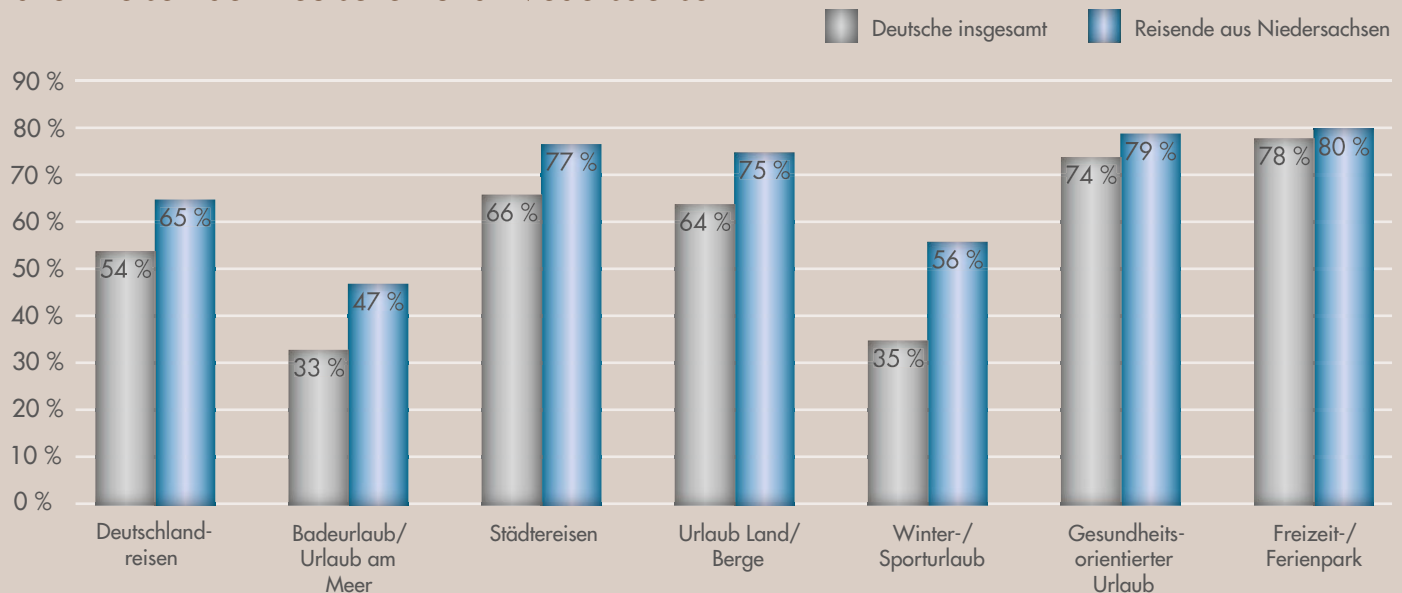
Mit rund 8 Millionen Einwohnern gehört Niedersachsen zu den bevölkerungsreichsten Bundesländern in Deutschland und damit auch zu den wichtigsten Quellmärkten für den Tourismus. Wenig überraschend ist, dass die niedersächsische Bevölkerung der zweitwichtigste Quellmarkt für das Reiseland Niedersachsen – nach Nordrhein-Westfalen – ist. Grund genug, das eigene Bundesland und das Reiseverhalten der Niedersachsen einmal genauer zu betrachten.

Für längere Reisen (ab 5 Tage) bevorzugen die Deutschen hingegen Reiseziele im Ausland (61 %). Aber auch bei längeren Aufenthalten zeigt sich, dass die Niedersachsen eine besondere Affinität zu Reisen innerhalb Deutschlands haben, so werden ähnlich viele längere Reisen im Inland (48 %) wie im Ausland (52 %) verbracht.

Abb. 1

Jeweiliger Anteil des Reiseziels Deutschland an allen Reisen der Deutschen und Niedersachsen

Quelle: TMN/GfK TravelScope 2009/2010



Im Tourismusjahr 2008/2009 (Nov. 08–Okt. 09) unternahmen die Niedersachsen rund 11,4 Mio. Urlaubsreisen ab einer Übernachtung, dies entspricht rund 9 % der 124,6 Mio. Reisen der Deutschen insgesamt. Dabei verbringen die Niedersachsen ihren Urlaub gerne in der Heimat, fast zwei Drittel (65 %) der Reisen in den letzten drei Jahren wurden innerhalb Deutschlands verbracht (vgl. Abb. 1). Damit sind die Niedersachsen neben den Urlaubern aus Mecklenburg-Vorpommern am häufigsten innerhalb Deutschlands unterwegs (Bundesdurchschnitt: 54 %). In die Fremde zieht es hingegen vor allem Bayern, die nur 43 % ihrer Urlaubsreisen innerhalb Deutschlands verbringen, sowie Reisende aus Baden-Württemberg (48 %).

Vor allem bei Kurzreisen (mit einer Dauer von bis zu 4 Tagen) ist das eigene Land ein beliebtes Urlaubsziel. So unternehmen rund drei Viertel der Deutschen (77 %) ihre Kurzurlaube im eigenen Land. Niedersachsen verbringen die kürzeren Reisen sogar zu fast 90 % innerhalb Deutschlands.

Urlaub am Meer – der Deutschen liebste Reiseart

Bei der Wahl der Urlaubsart liegt bei den Deutschen der Badeurlaub vorn. Rund ein Viertel verbringt die schönste Zeit des Jahres am Meer. Weitere 20 % unternehmen Städtereisen, mit rund 15 % sind Urlaube auf dem Land und in den Bergen die dritthäufigste Urlaubsart. Diese Verteilung der Präferenzen ist auch für niedersächsische Haushalte typisch.

Wie eingangs erwähnt, geht rund jede zweite Reise der Deutschen ins eigene Land. Niedersachsen verreisen zu rund zwei Dritteln innerhalb Deutschlands. Abb. 1 zeigt die jeweiligen Anteile der Inlandsreisen an den gesamten Urlaubsreisen der Deutschen und Niedersachsen nach der Art der Reise. Dabei wird deutlich, dass der Anteil der Inlandsreisen je nach den Urlaubsarten unterschiedlich ist. So werden drei von vier gesundheitsorientierten Urlaube der Deutschen im Inland verbracht, bei den Badeurlauben hingegen nur jede dritte Reise.

Darüber hinaus zeigt die Grafik, dass die Niedersachsen bei allen dargestellten Urlaubsarten häufiger innerhalb Deutschlands verreisen. Die höhere Affinität zum Deutschlandurlaub bei Badereisen ist sicherlich zu einem nicht unerheblichen Teil der räumlichen Nähe zur eigenen Küste geschuldet. Aber auch insgesamt lässt sich ein deutlich überdurchschnittliches Interesse der Niedersachsen an Reisen innerhalb Deutschlands erkennen.

Westdeutsche zieht es an die Küste, Süddeutsche in die Ferien- und Freizeitparks

Die Art einer Urlaubsreise nach Niedersachsen wird auch von der Herkunft der Gäste bestimmt. Abb. 2 zeigt die Verteilung der Urlaubsarten nach der Herkunft, dargestellt für die sechs wichtigsten deutschen Quellmärkte bei Niedersachsenreisen. Norddeutsche verbringen beispielsweise eher einen Winterurlaub in Niedersachsen, als es Urlauber aus dem Süden Deutschlands (Bayern und Baden-Württemberg) tun würden. Diese kommen hingegen überdurchschnittlich oft wegen der zahlreichen Ferien- und Freizeitparks nach Niedersachsen. Die niedersächsische Küste liegt vor allem bei Urlaubern aus Nordrhein-Westfalen und Hessen vorn, für einen Badeurlaub innerhalb Deutschlands zieht der Schleswig-Holsteiner hingegen die eigene Küste vor.

Deutsche verbringen Städtereisen am liebsten im Inland

Städtereisen werden bei den Deutschen immer beliebter, gut jede fünfte Inlandsreise geht in eine oder mehrere Städte. Bei Städtereisen werden kurze Aufenthalte deutlich bevorzugt, so sind rund 80 % kürzer als 5 Tage. Vor allem das eigene Land ist dabei für die Deutschen ein beliebtes Ziel für Städtereisen, so entscheiden sich rund zwei Drittel der Reisenden für eine deutsche Stadt. Urlauber aus Niedersachsen bevorzugen sogar zu drei Viertel ein Städteziel innerhalb Deutschlands. Bei Kurzreisen sind es sogar 86 %. Allerdings kann das Reiseland Niedersachsen nur unterdurchschnittlich von der Affinität zu Inlandsreisen profitieren (vgl. Abb. 2). So beträgt der Marktanteil an den inländischen Städtereisen der Deutschen nur rund 7 % (Marktanteil Niedersachsens insgesamt: 12 %).

Wachstumspotenziale für die niedersächsischen Städte zeigen sich nicht zuletzt bei den Haushalten aus Niedersachsen. Diese verreisen besonders gerne in Deutschland – aber das eigene Bundesland wird im Vergleich zu anderen Urlaubsarten nur unterdurchschnittlich oft bereist. So verbleiben nur 14 % der inländischen Städtereisen der Niedersachsen im Reiseland. Außerhalb Niedersachsens sind die niedersächsischen Städte durch-

Abb. 2

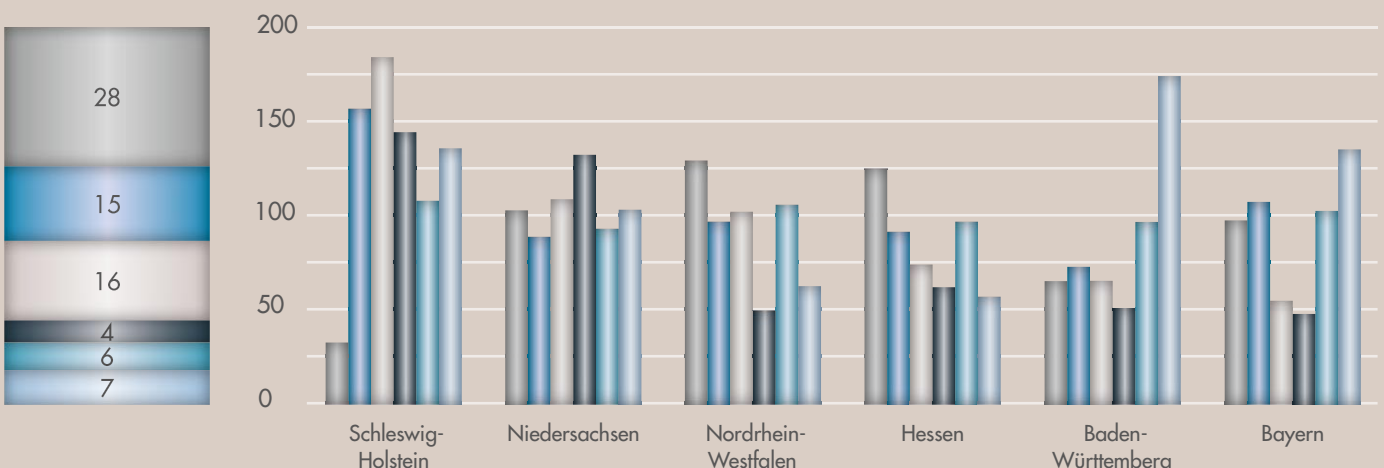
Urlaubsarten in Niedersachsen nach Herkunft

Quelle: TMN / GfK TravelScope 2009/2010

Index 100 = durchschnittlicher Anteil der Urlaubsart bei Niedersachsenreisen (siehe Grafik links)

Prozentuale Verteilung Urlaubsarten bei Niedersachsenreisen der Deutschen insgesamt (in %)

- Badeurlaub
- Urlaub Land/Berge
- Gesundheitsorientierter Urlaub
- Städtereisen
- Winter-/Sporturlaub
- Freizeit-/Ferienpark





aus beliebter, so geht gut jede fünfte Städtereise von Schleswig-Holsteinern nach Niedersachsen. Auch die überdurchschnittliche Nachfrage aus den übrigen norddeutschen Bundesländern unterstreicht, dass durchaus weitere Potenziale für Städtereisen nach Niedersachsen bestehen.

Auch bei den gesundheitsorientierten Reisen bietet das eigene Bundesland noch Wachstumspotenziale. So verbringen die Niedersachsen vier von fünf gesundheitsorientierten Reisen innerhalb Deutschlands (Abb. 1), das eigene Bundesland ist dabei aber nur unterdurchschnittlich oft das Ziel der Reise (Abb. 2).

Quelle: TMN/GfK TravelScope

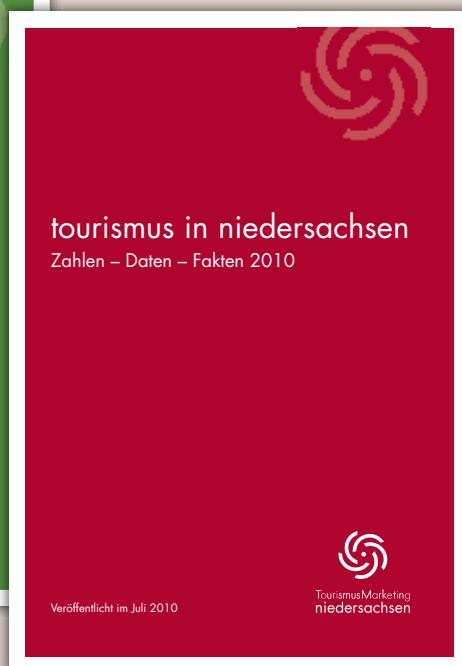
Info

Weitere Informationen zum Thema in der TMN-Marktforschungsbroschüre „Tourismus in Niedersachsen: Zahlen – Daten – Fakten 2010“ und unter www.tourismuspartner-niedersachsen.de.

Ansprechpartner:
Christian Stühling,
stuehring@tourismusniedersachsen.de

Auf einen Blick: Zahlen, Daten und Fakten aus Niedersachsen

„tourismus in niedersachsen“ und „incoming tourismus“



Die Hefte geben einen Überblick über die touristischen Kennzahlen für Reisen nach Niedersachsen aus dem In- und Ausland. Dabei wird auf die Daten der amtlichen Statistiken und des GfK TravelScope zugegriffen. Die unterschiedlichen Methoden und Fragestellungen geben eine Übersicht über die verschiedenen Facetten des Tourismus.

Bestellung der Hefte
und weitere Infos:
Christian Stühling,
stuehring@tourismusniedersachsen.de

**Jetzt
bewerben!**

Beste Noten für musikalische Kurzurlaube

// Die PartiTouren Niedersachsen gehen in die zweite Runde –
jetzt noch bis zum 15. Dezember 2010 für die Saison 2011 bewerben

Der Grundgedanke der PartiTouren Niedersachsen ist bestechend einfach: Man nehme einzigartige Musikerlebnisse, kombiniere sie mit einer oder mehreren Übernachtungen in besonderem Ambiente und ergänze das Ganze um ein passendes kulturtouristisches Rahmenprogramm. Und heraus kommt eine attraktive Kurzreise mit ganz besonderer Note.

Ziel des gemeinsamen Förderprogramms des niedersächsischen Ministeriums für Wissenschaft und Kultur und des Wirtschaftsministeriums ist es, hochwertige musikalische Momente auf innovative und kreative Weise mit dem Erlebnis regionaler Vielfalt in Niedersachsen zu verbinden. Die branchenübergreifende Bündelung der lokalen Potenziale soll über den Veranstaltungszeitraum vom 1. Juni 2011 bis zum 31. Mai 2012 hinaus Niedersachsen als Reise- und Musikland überregional vermarkten. Es sollen Gäste aus dem gesamten Bundesgebiet in das zweitgrößte deutsche Flächenland gelockt werden. Untersuchungen der TMN zeigen, dass bei den rund 264 Mio. privaten Tagesausflügen nach Niedersachsen musikbezogene Aktivitäten und Veranstaltungen wie Konzerte und Musicals im Vordergrund stehen und Musik, die über klassische Konzerte hinausgeht, bei vielen kulturellen Angeboten eine wichtige Rolle spielt.

Dass das Konzept aufgeht, zeichnet sich bereits jetzt – in der laufenden Saison 2010 – ab. Eine umfangreiche Plakat-Aktion und diverse Anzeigen, eine zielgerichtete PR-Begleitung und die wiederholte Berichterstattung bei NDR 1 Niedersachsen sowie die Verteilung von etwa 220.000 Flyern haben dafür gesorgt, dass innerhalb weniger Wochen mehr als 10.000 PartiTouren-Niedersachsen-Broschüren abgerufen wurden.



Gesucht werden inhaltlich aufeinander abgestimmte Arrangements, bestehend aus Musik-Event(s), Übernachtung(en), gastronomischen und kulturellen Angeboten. Beispiele für attraktive Kombinationen finden sich im Internet unter www.partitouren-niedersachsen.de. Je mehr Bezug die einzelnen Bestandteile zueinander haben, desto besser. Und ganz wichtig: Das Gesamtpaket darf so noch nicht existieren und muss über einen Ansprechpartner/Kontakt buchbar sein.

Folgende Termine sollten sich PartiTouren-Interessierte gleich im Kalender notieren: Noch bis 15. Dezember läuft die Ausschreibungsfrist für die Saison 2011.

Die Ausschreibungsunterlagen sowie die Anmeldebögen zu den Info-Veranstaltungen stehen ab Anfang September unter www.partitouren-niedersachsen.de zum Download bereit.

Ansprechpartner:
Marika Maczutajtis,
maczutajtis@tourismusniedersachsen.de



Die TMN präsentiert das Reiseland Niedersachsen im In- und Ausland



Die TMN präsentiert das Reiseland Niedersachsen jährlich auf verschiedenen Fachbesucher- und Endverbraucher messen sowie Workshops. Diese Veranstaltungen geben nicht nur Gelegenheit, über die touristischen Möglichkeiten und Angebote der Partner in den niedersächsischen Regionen und Städten zu informieren. Sie stellen ebenso eine Chance dar, mit den Besuchern aus den in- und ausländischen Quellmärkten einmal direkt ins Gespräch zu kommen und Meinungen und Trends aufzufangen. Die TMN nutzt die Messebesuche ebenfalls zum Austausch mit wichtigen Kontakten der in- und ausländischen Reise- und Pressebranche.

Wenn Sie sich zusammen mit der TMN auf Messen den Endkunden oder bei B2B-Workshops im In- und Ausland Einkäufern präsentieren möchten, finden Sie hier eine Übersicht der von uns besuchten Veranstaltungen. Es besteht neben der Variante, einen eigenen (ganzen oder halben) Stand zu mieten, auch die Möglichkeit, einen Prospekt service bei der TMN zu buchen. Hierbei legen wir Ihre Broschüren an unserem Stand aus.

Veranstaltung	Markt	Datum	Profil	Kooperationsmöglichkeiten
Vakantiebeurs, Utrecht	NL	11.–16. Januar 2011	Mit rund 130.000 Besuchern (rund 13.000 Fachbesuchern) die größte und bedeutendste Ferienmesse der Niederlande. Die TMN präsentiert sich 2011 erstmalig mit einem eigenen Stand auf der Messe.	Stand: 2.900 € Prospekt service: 250 €
Fiets- en Wandelbeurs, Amsterdam	NL	26.–27. Februar 2011	Endverbraucher messe für Aktivurlaub und Outdoor-Tourismus.	Prospekt service: 200 €
ReisMarkt Duitsland in Nijkerk	NL	16. Februar 2011	Deutschland-Workshop der DZT mit ca. 100 Besuchern aus dem B2B-Bereich.	Prospekt service: 200 €
Deutschland-Workshop in Brüssel	B	15. Februar 2011	Deutschland-Workshop der DZT. Die TMN wird diesen Workshop erstmalig besuchen.	Prospekt service: 200 €
Germany Travel Show, London	UK	09. Februar 2011	Deutschland-Workshop der DZT mit rund 115 Fachbesuchern (Trade und Presse).	Prospekt service: 100 €
Ferie For Alle, Herning	DK	25.–27. Februar 2011	Größte touristische Endverbraucher messe Dänemarks mit rund 60.000 Besuchern und Extra-Hallen für die Themen Golf, Camping und Wellness.	Standbuchung über die DZT: ab 2.400 € Beteiligung bei der TMN: Bitte setzen Sie sich mit uns in Verbindung. Prospekt service: 200 € Anmeldeschluss: 15. November 2010
TUR, Göteborg	SE	24.–27. März 2011	Größte und bedeutendste Touristikmesse in Nordosteuropa. 2010 registrierte die Messe rund 19.000 Fachbesucher und 30.500 Endverbraucher.	Standbuchung über die DZT: ab 2.400 € Beteiligung bei der TMN: Bitte setzen Sie sich mit uns in Verbindung. Prospekt service: 200 € Anmeldeschluss: 17. November 2010
Nordosteuropa-Workshop, S	DK, SE, N, PL, Baltik.	September 2011	Fachworkshop der DZT für Skandinavien und Osteuropa.	Prospekt service: 200 €
Tour Salon Posen	PL	19.–22. Oktober 2011	Polens größte Tourismusmesse für Fachbesucher und Endverbraucher.	Beteiligung bei der TMN: Bitte setzen Sie sich mit uns in Verbindung.
Germany Travel Mart	Int.	08.–10. Mai 2011	Größte Incoming-Veranstaltung der DZT für den Deutschland-Tourismus.	Stand: vsl. 1.800 € Prospekt service: vsl. 200 €



Im November 2010 wird die TMN erstmals auf der Fachbesuchermesse „Denkmal“ in Leipzig als Unteraussteller auf dem Niedersachsen-Stand zu Gast sein. Gemeinsam mit anderen Partnern, wie der Hansestadt Lüneburg, der Stadt Hildesheim und der Stiftung Braunschweigischer Kulturbesitz mit zwei Projekten (UNESCO-Weltkulturerbe Oberharzer Wasserwirtschaft und Kaiserdom Königslutter) wird dabei die touristische Bedeutung von unter Denkmal stehenden Gebäudeensembles in Niedersachsen demonstriert. Schirmherr dieser Messe ist die UNESCO.

Im Januar 2011 wird die TMN als Anschließter des VCN (Verband der Campingplatzunternehmer Niedersachsen) auf der Messe CMT in Stuttgart präsent sein, wo Niedersachsen als Partnerregion auftritt. Neben dem VCN und der TMN werden auch die Lüneburger Heide, die Nordsee, das Südsee-Camp und der Alfter vor Ort sein. Haben auch Sie Interesse, in Stuttgart Flagge zu zeigen? Sprechen Sie uns an und wir senden Ihnen gerne weitere Unterlagen für Ihre Beteiligungsmöglichkeiten zu.

Bereits zum 8. Mal wird im Februar die Städtebörse Niedersachsen ausgetragen. Partnerstadt ist Hannover, die neben dem Hannover Airport und dem Zoo Hannover für ein abwechslungsreiches Ausflugsprogramm sorgt. Es werden wieder über 80 Busunternehmer aus ganz Deutschland erwartet, die bei der Städtebörse die Gelegenheit nutzen, die Angebote aus Niedersachsen kennenzulernen. Seien auch Sie mit dabei! Noch bis zum 15. Dezember 2010 können Sie sich als Aussteller anmelden! Ab 2011 wird die Städtebörse dann im 2-Jahres-Rhythmus stattfinden. D. h., die nächste Städtebörse findet dann erst im Februar 2013 statt.

Traditionell im März findet auch 2011 wieder die ITB vom 09. bis 13. März statt und das Reiseland Niedersachsen wird im neuen Standdesign mit seinen Anschließern vertreten sein. Noch sind einige wenige Tische im Fachbesucherbereich sowie der Prospektservice zu buchen.

Weitere Informationen und Anmelde-möglichkeiten finden Sie online unter www.tourismuspartner-niedersachsen.de.



Ansprechpartner:

Messen in Deutschland:
Barbara Nachbagauer,
nachbagauer@tourismusniedersachsen.de

Messen im Ausland:
Friederike Thele,
thele@tourismusniedersachsen.de

Messen und Veranstaltungen im Inland Übersichtstabelle Messen und Veranstaltungen Inland

Veranstaltung	Datum	Profil	Kooperationsmöglichkeiten
8. Städtebörse Niedersachsen	19.-20.02.2011 in Hannover	Rund 40 Aussteller aus Niedersachsen haben die Möglichkeit, sich der Reiseindustrie zu präsentieren. Erwartet werden rund 80 Vertreter von Busreiseunternehmen aus Deutschland und den ausländischen Quellmärkten.	Pro Hauptaussteller: 500 € Pro Unteraussteller: 300 € Prospektservice: 150 €
CMT Stuttgart	15.-23.01.2011 in Stuttgart	Über 205.000 Besucher machten 2010 die Messe an 9 Messtagen zu Europas größter Publikumsmesse für Freizeit und Touristik. Die CMT ist die erste Adresse für alle aus der Tourismus- und Caravanbranche.	Sprechen Sie uns an und wir senden Ihnen Unterlagen für Ihre Beteiligung.
ITB Berlin	09.-13.03.2011 in Berlin	Das Reiseland Niedersachsen wird wieder auf der größten Tourismusmesse der Welt präsent sein.	Fachbesuchertisch: 2.300 € Prospektservice: 650 €

Die ausländischen Märkte im Fokus des Marketings der TMN

Der Incoming-Tourismus ist für Niedersachsen auch weiterhin von hoher Bedeutung

Die Anzahl der Übernachtungen ausländischer Besucher stieg in den letzten elf Jahren (1999–2009) mit rund 650.000 zusätzlichen Übernachtungen um 37 %. Mehr als die Hälfte der touristischen Nachfrage aus dem Ausland entfällt dabei auf die sechs volumenstärksten Märkte Niederlande, Dänemark, Großbritannien und Nordirland, Schweiz, Schweden und Polen.

Damit diese positive Entwicklung sich auch zukünftig fortsetzt, ein positives Image von Niedersachsen auch im Ausland transportiert und der Bekanntheitsgrad des Reiselandes gesteigert wird, entwickelt die TMN gezielte Marketingmaßnahmen für die Auslandsmärkte Niederlande, Dänemark, Großbritannien, Schweden und Polen. Dabei werden je nach ausländischem Quellmarkt unterschiedliche Instrumente und Maßnahmen eingesetzt: die direkte Endkundenansprache, z. B. auf Reisemessen, die Zusammenarbeit mit ausländischen Reiseveranstaltern und Medien sowie eine intensive Pressearbeit. Zusätzlich werden den ausländischen Gästen mit dem landesweiten Tourismusportal www.reiseland-niedersachsen.de in den vier weiteren Sprachversionen Englisch, Niederländisch, Schwedisch und Dänisch Informationen über Niedersachsen zur Verfügung gestellt.

Schwerpunkte und Themen 2011

In die TMN-Marktbearbeitung 2011 fließen wichtige Jahresthemen in Niedersachsen, wie z. B. überregional bedeutende Jubiläen, internationale Veranstaltungen und Auszeichnungen ein. Um die Effekte des Auslandsmarketings durch die Deutsche Zentrale für Tourismus (DZT) ebenfalls für Niedersachsen zu nutzen, orientiert sich die TMN bei ihrer Planung auch an den Jahresthemen der DZT. Das kommende Jahr 2011 steht mit dem Motto „Wellness- und Gesundheitsreisen“ im Zeichen des Gesundheits- und Erholungsurlaubs. Hier knüpft die TMN an die Inhalte aus der in 2010 gestarteten Kampagne „Genießen Sie sich! In Niedersachsen“ an und kommuniziert ab 2011 die niedersächsischen Angebote auf verschiedenen Wegen auch an den ausländischen Gast.

News: neue Endkundenbroschüren der TMN

Aktuell arbeitet die TMN an der Neuauflage von drei Endkundenbroschürentiteln für das Reiseland Niedersachsen. Die Titel „Städte in Niedersachsen“ und „Aktiv Natur erleben“ werden Anfang 2011, der Titel „Schlösser & Burgen, Parks und Gärten“ im zweiten Quartal 2011 in verschiedenen Sprachversionen erscheinen und sowohl im Internet als auch in Printversionen auf den besuchten Messen der TMN und im Direktmarketing vertrieben.

Aktuelles aus dem Deutschen Küstenland

Neben den eigenen Aktivitäten bearbeitet die TMN die Alpenmärkte Österreich und Schweiz mit dem Deutschen Küstenland e. V. (DKL), einer Kooperation der fünf norddeutschen Länder, der Städte Lübeck und Rostock sowie der Deutschen Zentrale für Tourismus e.V. (DZT). Die Marketingmaßnahmen des DKL befassen sich schwerpunktmäßig mit der Online-Werbung sowie der gezielten Schaltung von Advertorials und Presstexten. Im Rahmen dieser Marketingkooperation wurde in 2010 eine Presse- und Endverbraucherkampagne mit dem Arbeitstitel „Stars und Sternchen“ umgesetzt. Das zugehörige Magazin wird in 2011 nachgedruckt und die Inhalte rund um bekannte Sehenswürdigkeiten, Naturschönheiten und Baudenkmäler in Norddeutschland sowie bisher weniger bekannte Ziele und Geheimtipps mit einem Beileger 2011 ergänzt.



Info

Zahlen, Daten und Fakten zu den ausländischen Quellmärkten der TMN finden Sie in der aktuellen TMN-Marktforschungsbroschüre zum Incoming-Tourismus. Diese ist online unter www.tourismuspartner-niedersachsen.de/marktforschung erhältlich.

Ansprechpartner:
Friederike Thele,
thele@tourismusniedersachsen.de



Anreise mit Komfort – die Haus-zu-Haus-Auskunft der Deutschen Bahn auch für Ihre Website

Die Haus-zu-Haus-Reiseauskunft der Deutschen Bahn bringt Sie in Zukunft nicht mehr nur von Bahnhof A zu Bahnhof B, sondern kann Ihnen tatsächlich den Weg von der Haustür bis zum Hotel weisen. Die Reiseauskunft kann einerseits alle Bahnhöfe in Europa sowie Bus-, U- und Straßenbahn- oder Tram-Haltestellen in Deutschland finden. Andererseits findet sie auch den Weg vom Hotel bis vor Ihre Haustür (oder umgekehrt). Denn ab der letzten Haltestelle/dem letzten Bahnhof wird Ihnen der Fuß- oder Radweg als ausformulierte Wegbeschreibung und auf einer Karte

angezeigt. Zudem kennt die Reiseauskunft viele voreingestellte Sehenswürdigkeiten. Hier reicht die Eingabe des Namens, da die zugehörige Adresse hinterlegt ist.

Nutzen Sie den zusätzlichen kostenfreien Service der Bahn für Ihre Website und stellen Sie den für Ihr Haus individuell voreingestellten Link direkt ein. So können Sie Ihren Besuchern oder Gästen einen zusätzlichen Service bieten, denn diese brauchen nur noch Ihre Start-Adresse und die Reisezeit einzugeben und schon führt die Haus-zu-Haus-Reiseauskunft sie direkt bis zu Ihnen. Sollten Ihre Besucher oder Gäste doch einmal lieber mit dem Auto anreisen, finden sie in der Reiseauskunft unter dem Mobilcheck auch hierfür die passende Route. Weitere Informationen erhalten Sie unter www.bahn.de/tourismuskoooperationen (dort finden Sie eine Präsentation, wie Sie die Haus-zu-Haus-Reiseauskunft für sich nutzen können, zum Download) oder unter Telefon: 069 265 6834.

Diese Funktion können auch Sie für Ihr Tourismusportal kostenlos nutzen – mehr Infos erhalten Sie hier:



DB Vertrieb GmbH
Ute Ewenz,
Telefon: 069 265 6834
Ute.Ewenz@bahn.de

Farbe bekennen.
Verantwortung übernehmen.

Wir drucken klimaneutral.

Da Treibhausgase global wirken, können sie an jedem Ort der Welt entstehen oder reduziert werden.

Durch den bewussten Umgang mit unseren Ressourcen können wir versuchen, ein neues Bewusstsein zu schaffen.



B.W.H.

Die Publishing Company

BWH GmbH
Beckstraße 10
30457 Hannover

Telefon 0511 94670-0
Telefax 0511 94670-16
E-Mail info@bw-h.de
Internet www.bw-h.de





1. Stufe

Seminartermine 2010/2011

06. – 07.12.2010 in Norden
(Romantik Hotel Reichshof),
Dozent Björn Grimm

09. – 10.02.2011 in Bomlitz
(Parkhotel Luisenhöhe GmbH),
Dozent Björn Grimm

07. – 08.03.2011 in Jork
(Hotel Altes Land Wilhelm Wehrt),
Dozent Andreas Pauly

11. – 12.04.2011 in Uslar
(Romantisches Hotel Menzhausen),
Dozent Andreas Pauly

26. – 27.05.2011 in Oldenburg
(Eitzhorner Krug Hotel & Gaststätten GmbH),
Dozent Oliver Becker

23. – 24.06.2011 in Hannover
(Hotel Loccumer Hof),
Dozent Andreas Pauly

18. – 19.08.2011 in Hodenhagen
(Best Western Domicil),
Dozent Oliver Becker

14. – 15.09.2011 in Schüttorf
(Hotel Nickisch),
Dozent Björn Grimm

13. – 14.10.2011 in Clausthal-Zellerfeld
(Hotel „Zum Harzer“),
Dozent Oliver Becker

15. – 16.11.2011 in Osterholz-Scharmbeck
(Hotel Tivoli),
Dozent Björn Grimm



2. Stufe

Seminartermine 2010/2011

31.03. – 01.04.2011 in Walsrode
(Mercure Hotel Walsrode),
Dozent Oliver Becker

29. – 30.06.2011 in Norden
(Romantik Hotel Reichshof Norden),
Dozent Björn Grimm

24. – 25.11.2011 in Hann. Münden
(Biohotel Werratal),
Dozent Oliver Becker

Mehr Service – mehr Gäste

02.02.2011 in Lingen
(Volkshochschule Lingen),
Dozent Oliver Becker

**In allen Seminaren sind
zurzeit noch Plätze frei!**

Stufe III – Pilotbetriebe gesucht!



Die Einführung der Stufe III der ServiceQualität Deutschland in Niedersachsen rückt in immer greifbarere Nähe! Zwar wird diese bereits in einigen Bundesländern angewandt, jedoch sind sich alle Partner bewusst, dass die derzeitige Stufe III noch nicht 100-prozentig ins Gesamtsystem passt. Aus diesem Grund haben die 16 Q-Bundesländer Ende des letzten Jahres beschlossen, eine neue, für Deutschland eigene Stufe III zu entwickeln. Sie soll der logischen Konsequenz der Stufen I und II folgen und die bereits hier thematisierten Inhalte und Instrumente aufgreifen, fortführen und weiterentwickeln. Nach zahlreichen Recherchen, Befragungen und Analysen steht nun ein erstes Grundkonzept, wie diese Stufe III aussehen könnte.

Die (geplanten) Inhalte der Stufe III:

Die Stufe III richtet sich an mittelständische Betriebe, die an einer Weiterentwicklung im Bereich Qualitätsmanagement interessiert sind, für die jedoch (momentan) noch keine Zertifizierung nach ISO-Standards o. Ä. infrage kommt. Sie beinhaltet sowohl ISO-Anforderungen als auch EFQM-Module und kann somit optimal als Vorstufe für solch eine Zertifizierung genutzt werden.

Genau wie in den ersten beiden Stufen wird auch in der Stufe III wieder ein Seminar stattfinden. Anders als bei der Ausbildung zum Qualitäts-Coach oder -Trainer wird die Ausbildung zum Qualitäts-Manager jedoch ein dreitägiges Seminar umfassen. Wesentliche Inhalte dieser Stufe sind:

- die Analyse der 10 ServiceQuellen und ihrer Anwendung im Unternehmen
- das Aufstellen und Umsetzen von selbstverpflichtenden Maßnahmen
- die Durchführung von Befragungen analog der Stufe II sowie eines Mystery Tests
- eine SWOT-Analyse
- das Aufstellen des Team- und Qualitätsversprechens
- die Durchführung von internen und externen Audits

Um Betrieben die Entscheidung zu erleichtern, ob sie sich den Anforderungen dieser Stufe gewachsen fühlen, ist geplant, nach Abschluss der Testphase auch die Möglichkeit zu einem Vorab-Test einzurichten, der den Betrieben in Form von 30 Fragen die Entscheidung über eine Teilnahme erleichtern soll.

Mit der endgültigen Einführung der Stufe III kann gegen Ende 2011 gerechnet werden.

Doch bevor diese offiziell an den Start gehen wird, soll geprüft werden, ob die theoretischen Ansätze auch den Praxistest bestehen können. Hierbei werden uns QII-Betriebe in der Testphase unterstützen und uns Hinweise zur Optimierung von Abläufen und Inhalten geben.

Nähere Informationen zu Konditionen sowie dem zeitlichen und inhaltlichen Vorgehen erhalten Sie bei Agnetha Gläß, Telefon: 0511 270 488 24 oder unter glaess@tourismusedersachsen.de.

Die Gebühr für die Teilnahme an einem Seminar beträgt 295 € zzgl. MwSt. Die Seminargebühr beinhaltet die 1,5-tägige Ausbildung inklusive Tagungsgetränken, Mittagessen sowie Seminarunterlagen und Antragsformularen für das Qualitätssiegel ServiceQualität Deutschland. Weitere Informationen, auch zur Anmeldung, finden Sie im Internet unter

www.servicequalität-niedersachsen.de.

Zusätzlich zu den offenen Schulungen besteht die Möglichkeit, das Seminar exklusiv für die Mitarbeiter Ihres Unternehmens zu organisieren. Preise erhalten Sie auf Anfrage, Termine nach individueller Absprache.

Weitere Informationen und Anmeldungen zum Seminar:
TourismusMarketing Niedersachsen GmbH
Agnetha Gläß, Essener Straße 1, 30173 Hannover
t: +49 (0) 511 270488-24, service@tourismusedersachsen.de,
www.servicequalität-niedersachsen.de



5. Qualitäts-Tag Niedersachsen

Der diesjährige Qualitäts-Tag fand am 08. November 2011 statt. Gemeinsam mit der Initiative ServiceQualität Deutschland in Bremen lud die TMN Qualitäts-Coachs und -Trainer aus ganz Niedersachsen und Bremen in das Veranstaltungszentrum nach Ritterhude ein.

In diesem Jahr wurden die knapp 180 Teilnehmer von den Referentinnen Sabine Hübner und Gabriele Schulze begeistert. Frau Hübner gilt als Serviceexpertin Nr. 1 in Deutschland und wurde u. a. mit dem Excellence Award ausgezeichnet. Sie stellte in ihrem ersten Vortrag verschiedene Möglichkeiten dar, wie Kaufentscheidungen getroffen werden und innovative Serviceideen dazu beitragen, aus zufriedenen begeisterte Kunden zu machen, die nicht selten zu Stammkunden werden.

Im Anschluss daran erklärte Gabriele Schulze, Vorstand Marketing & Technologie der MICE AG, was passiert, wenn Kunden eben nicht das bekommen, was sie erwarten, diese Erlebnisse im Internet kundtun und so Bewertungsportale dazu nutzen, (negative) Meinungen in Form von Qualitätsberichten zu kommunizieren.

Doch nicht nur Kundenmeinungen sind entscheidend für den Geschäftserfolg, auch die Meinungen und Einstellungen der eigenen Mitarbeiter sind hierfür ausschlaggebend. Wie sich eine starke und einzigartige Unternehmenskultur entwickeln lässt, die dazu beiträgt, sich deutlich von der Konkurrenz abzuheben, thematisierte Sabine Hübner im dritten Vortrag des Tages.

Für einprägsame Erinnerungen sorgte Moderator und Comiczeichner Stefan Wirkus. Auf unterhaltsame Weise führte er durch das Programm und hielt die spannendsten Inhalte in illustren Comics für die Teilnehmer fest.

Natürlich konnten auf dem Qualitäts-Tag wieder 33 Betriebe aus Niedersachsen und dem Land Bremen mit dem Qualitäts-Siegel ServiceQualität Deutschland ausgezeichnet werden. Zwischen den Vorträgen blieb den Teilnehmern jede Menge Zeit zur Kontaktpflege und zum gegenseitigen Erfahrungsaustausch.

Weitere Informationen zum 5. Qualitäts-Tag am 08. November 2010 sowie allgemein zur Initiative „ServiceQualität Deutschland in Niedersachsen“ gibt es online unter

www.servicequalität-niedersachsen.de.

Testimonial:

Biohotel Werratal, Hannoversch Münden

„Strahlende Gäste, ausgezeichnete Servicequalität und angenehmes Arbeitsklima. Ist das nicht das, was jeder will? Mit ‚Q‘ möchten wir dieses umsetzen und anderen immer einen Schritt voraus sein. Wir sind zertifiziert und was seid ihr?“

Info

Wir suchen zertifizierte Hotels und Gaststätten, die Lust haben, sich in ähnlicher Form als Testimonial in der DEHOGA aktuell zu präsentieren. Sprechen Sie uns gerne an, wir freuen uns auf Ihren Anruf!



Träger:





Das Reiseland Niedersachsen macht Schlagzeilen im In- und Ausland

News aus dem presse-pool niedersachsen

Im nächsten Jahr geht der presse-pool bereits in die dritte Runde. Neben den begleitenden Maßnahmen zu den Marketingthemen der TMN im In- und Ausland gibt es auch wieder zahlreiche Beteiligungsmöglichkeiten für Partner aus Niedersachsen. Folgende Maßnahmen werden auch in 2011 angeboten:

Urlaubs-News

Pressereisen

Termindienst
für Medien

Special Interest Tipps
für die Medien

presse-pool
auf der ITB 2011

Gezielte Pressearbeit
im Ausland

Sprechen Sie uns gerne zu den Angeboten an.

Pressereise im Rahmen der CMT Stuttgart „Campingland Niedersachsen“

Im Rahmen der CMT Stuttgart fand vom 08.09. bis 12.09.2010 eine Pressereise statt, an der insgesamt 12 Journalisten teilgenommen haben. Organisiert wurde die Reise vom Verband der Campingplatzunternehmer (VCN) und der TMN. Der Clou an der Sache: Die Journalisten konnten anhand von kleinen Reiseführern den Tag individuell gestalten und waren jeweils zu zweit im Wohnmobil unterwegs. Über 500 km wurden von den Wohnmobilen zurückgelegt und neben den Campingplätzen konnten auch zahlreiche touristische Highlights angeschaut werden. Die Journalisten, die aus Publikums- und Fachzeitschriften oder TV aus Süddeutschland akkreditiert worden waren, waren ausnahmslos begeistert vom Campingland Niedersachsen und werden Artikel veröffentlichen. Vielen Dank an die Partner für die tolle Unterstützung bei der Durchführung der Reise!



Medienkooperationen mit dem Rundfunk

Die TMN hat in den letzten Monaten an zwei großen Kooperationen mit dem NDR, MDR und RBB Berlin-Brandenburg teilgenommen. Im Radio sind mehrere Reisegewinne aus Niedersachsen an die Hörer verlost worden. Der RBB hatte eine bundesweite Gewinnspielaktion mit allen 16 Bundesländern zum Thema „20 Jahre Deutsche Einheit“ in den Sendungen. Vielen Dank an alle Partner für die tolle Unterstützung und die Bereitstellung der Reisegewinne.

Neu! Presse-Newsletter im Ausland

In 2011 wird die TMN zusätzlich zu den Maßnahmen der DZT einen eigenen Newsletter für die Märkte Dänemark, Schweden und die Niederlande anbieten. Thematisch und marktorientiert gebündelt sollen die Newsletter den Weg in die Medien finden. Unterstützt wird die TMN bei diesem Vorhaben von einheimischen Medienspezialisten der jeweiligen Länder.

Niedersachsen aus neuen Blickwinkeln

Die Presse-Bilddatenbank ist gewachsen. Über 400 neue Bilder und somit insgesamt über 1.400 Bilder sind ab sofort online unter www.niedersachsen-bilder.de zu finden. Viele Partner haben neue Sichtweisen geliefert und auch die TMN hat im Rahmen der Kampagnen oder bei Pressereisen neue Bilder erstellt. Wenn Sie ebenfalls Interesse haben, dass Ihre Bilder aus den Städten und Regionen auf den neuesten Stand gebracht werden, dann melden Sie sich gerne bei uns. Wir nehmen die Bilder kostenlos in die Datenbank auf.



Ansprechpartner:
Nadine Bungenstock,
bungenstock@tourismusniedersachsen.de
Anna Naber,
naber@tourismusniedersachsen.de

ANZEIGE



Herzlich willkommen zu „1000 UND 1 NACHT“

ab 27. November

// Winterinszenierung in der Autostadt

Fliegende Teppiche, hilfreiche Flaschengeister, mutige Prinzen und listige Räuber retteten der Tochter des königlichen Wesirs, Scheherazade, das Leben – mit Abenteuern, Romanzen und Erzählungen hat sie in 1001 Nächten den wütenden König besänftigt. Es sind die Geschichten des Morgenlandes, aber auch die Tänze, der Stolz der Menschen, die herzliche Gastfreundschaft oder die unzähligen Aromen und Gewürze auf den Basaren, die Reisende des Orients verzaubern und inspirieren. In diesem Winter treffen Orient und Okzident in der Autostadt in Wolfsburg aufeinander. „Sesam öffne Dich“, heißt es im Rahmen der Winterinszenierung ab dem 27. November 2010 für Begegnungen mit einer der interessantesten und vielfältigsten Kulturen der Welt.

Nach Russland, den USA und Schottland führt die Autostadt ihre Gäste auf ihrer winterlichen Weltreise in diesem Jahr in den Osten. Der Orient ist das geografische und kulturelle Tor zu Asien. Und gerade die asiatischen Besonderheiten und Traditionen werden in den nächsten Jahrzehnten an Einfluss gewinnen. Deshalb ist es der Autostadt besonders wichtig, ihren Besuchern diese jahrtausendealten Kulturen, ihre Kunst, Traditionen und Geschichte näherzubringen. Wenn die Tage in der Weihnachtszeit kürzer werden, können die Besucher der Autostadt 1001 Nacht mit allen Sinnen erleben. Anis und Kardamom, Datteln, aromatische Tees und Joghurtspeisen sind nur einige der vielen exotischen Köstlichkeiten, die in den Menüs und einzelnen Gerichten zu finden sein werden.

Große und kleine Schlittschuhfreunde können ihre Runden auf der glitzernden Eisfläche auf der Lagune drehen. Bei den eigens für die Autostadt choreografierten Eishows – die erneut zu den Highlights



der Inszenierung gehören – werden die Märchen des Orients für die ganze Familie hautnah erlebbar.

Außergewöhnlich ist auch der Wintermarkt: Liebevoll eingerichtete Buden laden zum Stöbern ein und bieten mit ihrem handverlesenen Angebot viele Gelegenheiten zum einen oder anderen Geschenkauf. Der reich geschmückte 20 Meter hohe Weihnachtsbaum im Zentrum des Marktes stimmt traditionell auf Weihnachten ein. Ein kulturelles Rahmenprogramm mit verschiedenen Workshops und Veranstaltungen für Jung und Alt begleitet die Winterinszenierung der Autostadt, die den ganzen Dezember über zu erleben ist.

Leistungen

- Tageseintritt in die Autostadt
- Teilnahme an der Winterinszenierung mit Besuch des traditionellen Wintermarkts und der Eistanzshows auf der Lagune
- Möglichkeit einer Fahrt mit der FGS Havelland (wetterbedingt)

Preise

Familienticket (2 Erwachsene + alle Familienkinder bis 17 Jahre)

Tageskarte	38 Euro
2-Tageskarte	57 Euro

Zusätzlich buchbare Leistungen

Übersichtsführung (45 Minuten)	5 Euro pro Person
Erlebnisführung (120 Minuten)	11 Euro pro Person



Neue Novellierung bei der einzelbetrieblichen Förderung in Niedersachsen

Bei der einzelbetrieblichen Förderung wird dem Thema Qualität bereits seit einigen Jahren ein besonderes Gewicht beigemessen. Die bis 31.12.2010 geltenden sog. Hotelförderkriterien legen als eine Fördervoraussetzung fest, dass Hotels nur dann einen Zuschuss erhalten können, wenn die zu fördernde Maßnahme zu einer Klassifizierung nach DEHOGA-Kriterien mit mindestens drei Sternen führt und das Unternehmen im Rahmen des Projektes „ServiceQualität Deutschland in Niedersachsen“ zertifiziert ist.

Die Erfüllung der Hotelförderkriterien ist Voraussetzung für die Bewilligung und Rechtmäßigkeit der Mittelvergabe. Sollte es dem Zuwendungsempfänger nach Abschluss der geförderten Maßnahme nicht möglich sein, einen entsprechenden Nachweis zu erbringen, kann es zu einer Rückforderung der ausgezahlten Mittel kommen. In den Zuwendungsbescheiden findet sich eine sog. auflösende Bedingung, wonach die Bewilligung erlischt, wenn die durch DEHOGA bestätigte Klassifizierung nicht für die Dauer von mindestens 5 Jahren nach Abschluss des Vorhabens besteht und die geforderte Zertifizierung „ServiceQualität Deutschland in Niedersachsen“ nicht im Rahmen der Verwendungsnachweisprüfung nachgewiesen wird.

Ab dem 01.01.2011 werden sich die Kriterien für die Förderung im Beherbergungsgewerbe in einigen Punkten ändern. An der Tatsa-

che, dass das Niedersächsische Ministerium für Wirtschaft, Arbeit und Verkehr bei der Förderung von Beherbergungsbetrieben besonderen Wert auf signifikante Qualitätsverbesserungen sowie den innovativen Charakter einer Investitionsmaßnahme legt, wird sich allerdings nichts ändern. Ziel ist es, Fördermittel für Investitionen im Beherbergungsgewerbe dort einzusetzen, wo durch sichtbare Qualitätssteigerung, durch die Schaffung herausragender, innovativer, sozial und ökologisch nachhaltiger Angebote sowie die Entwicklung neuer Produkte in neuen Segmenten die Kundenzufriedenheit gesteigert, das Image Niedersachsens verbessert und vor allem zusätzliche Gäste/Übernachtungen in den touristischen Schwerpunktgebieten generiert werden können.

Die neuen Kriterien für das Beherbergungsgewerbe sind als Anlage 1–3 auf der Internetseite des Niedersächsischen Ministeriums für Wirtschaft, Arbeit und Verkehr www.mw.niedersachsen.de unter folgendem Pfad veröffentlicht:

Home > Themen > Tourismus > Tourismuspolitik > Förderung

Ansprechpartner im Ministerium für Wirtschaft, Arbeit und Verkehr:

Karin Hensgen

karin.hensgen@mw.niedersachsen.de

Die Gartenschau erhält gute Noten IHK legt Ergebnisse einer Erhebung vor

Die IHK Osnabrück-Emsland führte im August und September 2010 Gästebefragungen auf dem Landesgartenschau-Gelände in Bad Essen („Face to Face“) auf Basis eines Fragebogens mit geschlossenen und offenen Fragen durch. Die Ergebnisse liegen jetzt vor. Die Besucher stellen der Gartenschau ein ausnehmend positives Zeugnis aus. Ebenso positiv sind die Wirkungen auf Gemeinde und Region. Die Gäste wurden während ihres Aufenthalts auf dem abgegrenzten Gelände von Schloss Ippenburg, Solearena/Blumenhalle (nicht in der Gastronomie) interviewt. Es wurden keine Gruppen und keine Jugendlichen/Kinder unter 16 Jahren befragt. 459 Interviews wurden geführt, durchschnittliche Dauer: 15 Minuten pro Interview. Auf Basis einer Plausibilitätsprüfung flossen 412 Interviews in die Auswertung ein.

Einige Ergebnisse

- 80 % der Besucher kommen erst- und einmalig zur Landesgartenschau nach Bad Essen
- 95 % der Gäste sind Touristen
- 91 % der Gäste sind Tagesbesucher
- Mehr als 80 % reisen mit dem Pkw an
- 70 % der Gartenschaubesucher kommen aus einem 100-km-Radius, 42 % aus Niedersachsen, 40 % aus Nordrhein-Westfalen

- 61 Jahre beträgt das Durchschnittsalter, mehr als zwei Drittel der Gäste sind weiblich
- 34 Euro geben die Gäste pro Tag durchschnittlich aus (ohne Eintritt)
- 43 % der Besucher ist das Landesgartenschau-Motto bekannt, 94 % von ihnen gefällt es
- „Spezielles Interesse vor allem an Gärten“ ist der Hauptbesuchsgrund
- Besonderen Gefallen finden die Themengärten, die Schlossanlage und die Solearena
- 90 % der Gäste geben der Landesgartenschau mindestens die Note „gut“ oder „sehr gut“
- Zwei Drittel der Gäste können sich vorstellen / wollen Bad Essen / die Region wieder (zu) besuchen

Kontakt

Industrie- und Handelskammer Osnabrück-Emsland
Standortentwicklung, Raumordnung, Dienstleistungen

Falk Hassenpflug,
Telefon: +49 541 353-215
hassenpflug@osnabrueck.ihk.de

Neues Magazin erschienen



Hätten Sie's gewusst?

Geheimtipps und Hintergrundinformationen zu den Themen Gesundheit und Wellness im Rahmen der Kampagne „Genießen Sie sich.“

Das neue Reisemagazin der TMN erscheint in einer Gesamtauflage von 35.000 Exemplaren und ist Bestandteil der dreijährigen Tourismuskampagne „Genießen Sie sich. In Niedersachsen.“

Der Magalog kann zur Auslage in Hotels, Tourist-Infos etc. bei der TMN kostenfrei bestellt werden.

Bestellung der Hefte
und weitere Infos:
Frederike Walter,
walter@tourismusniedersachsen.de



Impressum

Herausgeber

TourismusMarketing Niedersachsen GmbH
Essener Straße 1 | D-30173 Hannover
Telefon +49 (0) 511 270488-0
Fax +49 (0) 511 270488-88
E-Mail: info@tourismusniedersachsen.de
Internet: www.reiseland-niedersachsen.de
www.tourismuspartner-niedersachsen.de

Redaktion

Nadine Bungenstock (V.i.S.d.P.), Agnetha Gläß, Barbara Nachbagauer,
Anna Naber, Christian Stühning, Friederike Thele, Frederike Walter.

Grafik & Gestaltung

B:SiGN Werbeagentur GmbH
Internet: www.bsign.de

germanwings

Partner von
Miles & More
Lufthansa

NEU!



DIE CLEVERE WAHL: DEUTSCHLANDS GÜNSTIGSTE AIRLINE!

Qualitätsflüge ab Hannover nach ganz Europa –
überraschend günstig.

Ab
24⁹⁹€*
INKLUSIVE Steuern
und Gebühren
* Aufpreis bei Gepäckaufgabe

Jetzt buchen auf germanwings.com

* Preis pro Flugstrecke und Person inklusive Steuern und Gebühren. Begrenzte Sitzplatzkontingente. Bei Zahlungen, die nicht per Lastschrift oder Germanwings Credit Card getätigt werden, entstehen Zuschläge. Es gelten die Allgemeinen Beförderungsbedingungen.