Niedersächsisches Ministerium für Wirtschaft,
Verkehr und Bauen

Tourismusstrategie Niedersachsen.

Dialogprozess 2024 – 2026. Halbzeit und Ausblick.

Niedersachsen

1. Entwicklung der Tourismusstrategie Niedersachsen

Als umsatz- und beschäftigungsstarke Querschnittsbranche ist der Tourismus ein wichtiger Standort-, Image- und Wirtschaftsfaktor für Niedersachsen. Er trägt dazu bei, die wirtschaftliche Leistungsfähigkeit des Landes zu sichern, die regionale Identität zu fördern und die Lebensqualität der Menschen nachhaltig zu stärken.

ZAHLEN, DATEN, FAKTEN ZUM TOURISMUS IN NIEDERSACHSEN

Stabile Nachfrage 2024
Mehr als 15,4 Millionen Gäste kamen nach Niedersachsen, es wurden mehr als 46,1 Millionen Übernachtungen gezählt. Die Entwicklung liegt über dem Bundesschnitt (Ankünfte + 1,1 %, Übernachtungen + 0,1 %).

Positive Zwischenbilanz für Jan. – Sep. 2025
In den ersten neun Monaten des Jahres 2025 verzeichnete Niedersachsen mehr als 12,4 Millionen Gäste (+ 2,3 %) und rund 37,5 Millionen Übernachtungen (+ 1,7 %).

Gute Position im Ländervergleich
Niedersachsen liegt unverändert auf dem vierten Platz nach Bayern, Baden-Württemberg und Nordrhein-Westfalen.

Quelle: LSN, Dezember 2025

Für diese wichtige Leitbranche schreibt das Niedersächsische Ministerium für Wirtschaft, Verkehr und Bauen (MW) derzeit die Tourismusstrategie des Landes fort. Grundlage für die Weiterentwicklung ist der Auftrag aus dem aktuellen Koalitionsvertrag zwischen der Sozialdemokratischen Partei Deutschlands (SPD) Landesverband Niedersachsen und BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN Niedersachsen 2022 – 2027.

Die Strategie definiert die Leitplanken für eine nachhaltige, verantwortungsbewusste Tourismuspolitik des Landes. Die Entwicklung der Strategie ist als Prozess und unter Beteiligung der Tourismusbranche angelegt und wird in einem kohärenten Rahmen Maßnahmen auf Landesebene zu zentralen tourismuspolitischen Themenschwerpunkten bündeln. Der Zeitraum erstreckt sich von 2024 – 2026. Bis Ende 2026 soll die Strategie als Ergebnis vorliegen.

„Viele Akteure auf dem Weg zur neuen Tourismusstrategie mitnehmen und am Ende klare Ziele und Perspektiven formulieren."

Antwortbeitrag aus der Online-Befragung zur Tourismusstrategie Niedersachsen, Juli 2024

MEILENSTEINE IM STRATEGIEPROZESS

21.11.24
Kick-off
mit Vorstellung eines Auszugs der Ergebnisse der Online-Befragung, u. a. fünf touristische Fokusthemen

10.12.25
Online-Veranstaltung zum Dialogprozess 2024 – 2026
Halbzeit und Ausblick.

Q4 / 26
Abschlussveranstaltung und Kommunikation

2. HJ 2024

Online-Befragung
28.06. – 31.08.24
Analyse und Auswertung

1. HJ 2025 / 2. HJ 2025

- Dialoggespräche mit DMOs, Ressorts, Verbänden, etc.
- Entwicklung Tourismusstrategie
  Schwerpunkte u. a.: Förderung, Fachkräfte, Digitalisierung, Nachhaltigkeit/Klima

1. HJ 2026 / 2. HJ 2026

- Fortsetzung Dialoggespräche und Workshops
- Entwicklung Tourismusstrategie
  Schwerpunkte u. a.: Finanzierung, Wettbewerbsorientierung u. Zukunftssicherung

Abbildung 1: Meilensteine im Strategieprozess

1.1 Auftakt: Online-Befragung und Kick-off-Veranstaltung am 21.11.2024

In einem ersten Schritt wurde seitens des MW eine Online-Befragung von verschiedenen Akteurinnen und Akteuren auch außerhalb der klassischen Tourismusbranche im Land durchgeführt. Insgesamt gab es knapp 800 Rückmeldungen zu der Online-Befragung – eine ausgesprochen positive Resonanz mit wichtigen Beiträgen. Mit der Kick-off-Veranstaltung am 21. November 2024 in Hannover startete der Prozess zur Fortschreibung der Tourismusstrategie.

Auf Basis der Ergebnisse der Online-Befragung wurden die touristischen Fokusthemen des Landes herausgearbeitet, die im Strategieprozess vertieft werden. Zudem hat die Auswertung der Online-Befragung ein breit gefächertes Bild an verschiedensten Wünschen und Forderungen ergeben und zeigt auch viele Partikularinteressen. Daneben gab es auch viel Zustimmung zu der bisherigen Tourismuspolitik.

Abbildung 2: Fokusthemen im Strategieprozess

1.2 Erwartungen an die zukünftige Tourismuspolitik auf Landesebene

WUNSCH NACH EINER INTENSIVEREN ABSTIMMUNG DER VERSCHIEDENEN RESSORTS UNTEREINANDER

Der Tourismus in Niedersachsen verbindet als Querschnittsbranche zahlreiche Wirtschafts- und Gesellschaftsbereiche miteinander. Er bietet Perspektiven für die Entwicklung einer Region und sollte bei allen Prozessen, Entwicklungen und Projekten mitgedacht werden. Tourismusaffine Projekte werden in mehreren Ministerien und über ganz unterschiedliche Programme unterstützt. Hier ein gemeinsames Verständnis jenseits anlassbezogener Themen und Vorgänge zu erreichen, ist ein Vorhaben im Rahmen des Dialogprozesses.

Dazu wurden Fachgespräche mit verschiedenen Referaten folgender Ministerien geführt:

- Ministerium für Umwelt, Energie und Klimaschutz (MU)
- Ministerium für Soziales, Arbeit, Gesundheit und Gleichstellung (MS)
- Ministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz (ML)
- Ministerium für Wissenschaft und Kultur (MWK)
- Ministerium für Inneres, Sport und Digitalisierung (MI)

„Die Erarbeitung der Tourismusstrategie sollte in enger Abstimmung mit den regionalen DMOs und touristischen Fachorganisationen auf Landesebene erfolgen [..]"

Antwortbeitrag aus der Online-Befragung zur Tourismusstrategie Niedersachsen, Juli 2024

Aus den Fachgesprächen hat sich beispielsweise ein regelmäßiger Austausch zwischen dem Umweltministerium, der Tourismus-Marketing Niedersachsen GmbH (TMN) und dem Wirtschaftsministerium etabliert, der teilweise um die Klimaschutz- und Energieagentur Niedersachsen als weiteren Gesprächspartner ergänzt wurde. Als erstes Ergebnis dieses Dialogs konnte erreicht werden, dass der Themenbereich Tourismus als eigenständiges Handlungsfeld in den Wettbewerb „Klima kommunal" aufgenommen wurde. Dieser Wettbewerb würdigt im zweijährigen Turnus herausragende kommunale Projekte im Bereich Klimaschutz und Klimaanpassung mit attraktiven Auszeichnungen und insgesamt 190.000 Euro Preisgeld.

Wichtige Querschnittsthemen wie Umwelt-, Klima- und Küstenschutz, Inklusion und Barrierefreiheit, Regionalmanagement und Kultur sollen noch stärker mit dem Tourismus verzahnt werden. Der Austausch dazu soll mit den jeweiligen Ressorts bzw. über eine Einbindung in bestehende thematische Arbeitsgruppen verstetigt werden.

DIE REGIONALEN TOURISMUS-ORGANISATIONEN LANDESSEITIG STÄRKER IN DEN BLICK NEHMEN

Die Destinationsmarketing- oder managementorganisationen (DMOs) sind zentrale Wettbewerbseinheiten im Governance-System des niedersächsischen Tourismus und wichtiges Bindeglied zwischen der Landes- und der Ortsebene. Für die touristischen Destinationen ist der Anpassungs- und Wandlungsdruck hoch: neue, anspruchsvolle Aufgaben im Sinne eines agilen, regionalen Prozessmanagements bei möglicherweise nicht ausreichenden Ressourcen oder nicht erweiterten Kompetenzen. Für ein zukünftiges resilientes Destinationsmodell in Niedersachsen bedarf es einer ehrlichen Analyse der Ausgangslage.

Dafür wurden die Geschäftsführungen der DMOs im Mai 2025 seitens MW zu jeweils persönlichen, vertraulichen Gesprächen eingeladen. 14 Geschäftsführungen nahmen die Gesprächseinladung an. In einem ersten Resümee ist festzuhalten, dass es gegenwärtig kein gemeinsames Destinationsverständnis in Niedersachsen gibt. Zu unterschiedlich sind die DMOs in ihrem Selbstverständnis, ihrer Aufgabenwahrnehmung, ihren Organisationsstrukturen und ihrer Marktstärke aufgestellt. Diese Heterogenität heute in ein kriterienbasiertes landesweites Destinationsmodell von morgen zu überführen, wird einer der Schwerpunkte der kommenden Phase im Strategieprozess.

Parallel zu den Dialoggesprächen mit den touristischen Akteuren wurden kontinuierlich vorbereitende Tätigkeiten durchgeführt. Dazu gehörten Recherchen, Länderabfragen sowie die Analyse bestehender Strategien und Impulspapiere, um die gewonnenen Erkenntnisse zu vertiefen und eine fundierte Grundlage für die weiteren Prozessschritte zu schaffen.

VERTIEFUNGSWORKSHOPS IM JAHR 2026

In den kommenden Monaten gilt es nun, die bisherigen Arbeitsergebnisse zusammenzuführen und weiter gemeinsam mit den Akteurinnen und Akteuren im Tourismus in Niedersachsen auszuarbeiten. Basierend auf den fünf Fokusthemen wurde im bisherigen Prozess deutlich, dass die Themen „Tourismusfinanzierung" und „Wettbewerbsorientierung und Zukunftssicherung" in den Mittelpunkt der weiteren Erarbeitung der Tourismusstrategie Niedersachsen rücken sollen. Zu beiden Themen sind im Jahr 2026 Vertiefungsworkshops mit den relevanten Akteurinnen und Akteuren vorgesehen. Parallel wird die Arbeit an den touristischen Fokusthemen in mehreren Workshops weiter fortgeführt. Kontinuierlich werden weitere Impulse aus der Branche aufgenommen.

2. Fokusthemen der Tourismusstrategie Niedersachsen

2.1 Finanzierung und Förderung

Damit Niedersachsen als Reiseziel attraktiv bleibt, sind moderne Unterkünfte, spannende Freizeitangebote, digitale Informationsangebote und eine zeitgemäße touristische Infrastruktur erforderlich. Nur im Zusammenspiel aller Akteurinnen und Akteure, von Hotellerie und Gastgewerbe über privatwirtschaftliche Anbieterinnen und Anbieter bis hin zu Destinationen und Kommunen, kann das gelingen.

Hier setzt die Tourismusförderung des Landes an: Sie unterstützt sowohl die Privatwirtschaft als auch Kommunen und gemeinnützige Trägerinnen und Träger – gezielt, flexibel und zukunftsorientiert. Dazu wurden die einzelnen Förderrichtlinien überprüft und u. a. mit den Fokusthemen der Strategie abgeglichen sowie Rückmeldungen aus der Online-Befragung explizit mit aufgenommen.

„Verstetigung und Ausbau einer strukturellen Förderung hochprädikatisierter Orte mit Blick auf zwangsläufige Folgekosten und zur Verbesserung der Wettbewerbsfähigkeit und Förderung von neuer touristischer Infrastruktur vor Ort."

Antwortbeitrag aus der Online-Befragung zur Tourismusstrategie Niedersachsen, Juli 2024

FÖRDERUNG: ERFOLGE IM ÜBERBLICK

Weiterentwicklung der Richtlinie über die Gewährung von Zuwendungen zur Förderung touristischer Projekte (Richtlinie Touristische Projekte)

- Aufnahme des zentralen Zukunftsthemas digitale Transformation im Tourismus sowie die Weiterentwicklung des Fördergegenstands zur Nachhaltigkeit und Klimaanpassung
- Tourismus als Querschnittsbranche wird stärker berücksichtigt: Förderung innovativer, branchenübergreifender Ideen
- Erhöhung der Förderquote auf bis zu 80 % und Verlängerung der Umsetzungsfrist auf 18 Monate
- Erweiterung des Adressatenkreises
- Bereitstellung von 1 Million Euro jährlich durch das Land

Anpassung der Richtlinie über die Gewährung von Zuwendungen zur Steigerung der Wettbewerbsfähigkeit von kleinen und mittleren Unternehmen (KMU) durch touristische Maßnahmen (Tourismusförderrichtlinie)

- Stärker gefördert werden Maßnahmen, die die touristische Infrastruktur verbessern und attraktiver machen und somit die Wettbewerbsfähigkeit von KMU steigern.
- Hierzu werden Mittel der Europäischen Union (EU), von Bund und Land eingesetzt. Niedersachsen ist damit eines der wenigen Bundesländer, welches touristische Infrastrukturprojekte mit EU-Mitteln fördert.
- Auch hier liegt der Fokus u. a. auf Digitalisierung, Nachhaltigkeit, Klima und Barrierefreiheit.
- Es wurde ein Richtlinienänderungsprozess eingeleitet, um finanzielle Hürden zu senken und den Mittelabfluss zu optimieren.

Stärkung der Heilbäder und Kurorte

- Für die Jahre 2024 und 2025 stellte das MW jeweils 2 Millionen Euro für die hochprädikatisierten Heilbäder und Kurorte bereit.
- Diese Mittel dienen dem teilweisen Ausgleich tourismusrelevanter Mehraufwendungen.
- Auch für 2026 sind erneut 2 Millionen Euro vorgesehen – ein starkes Signal für die Tourismuskommunen.

BLICK NACH VORN: ZUKUNFT SICHERN, ZUSAMMENARBEIT STÄRKEN

Die Finanzierung touristischer Angebote bleibt eine Herausforderung, die Niedersachsen mit der Tourismusstrategie aktiv angeht. Gemeinsam mit der TMN, den DMOs und weiteren Partnerinnen und Partnern entwickelt das Land neue, nachhaltige Finanzierungsmodelle für den Tourismus. Insbesondere auf der regionalen und lokalen Ebene kommt das Thema in mehreren geplanten Workshops vertieft auf den Prüfstand.

Hierbei sollen Best-Practices aus anderen Bundesländern und dem Ausland herangezogen und klare Strukturen und Verantwortlichkeiten definiert werden. Dafür hat das MW bereits eine umfassende Abfrage der Finanzierungsmodelle in den anderen Bundesländern durchgeführt. Das Ziel: ein starkes, zukunftsfestes und gemeinschaftlich getragenes Tourismusmodell für Niedersachsen.

Mögliche Ansätze sehen eine optimierte Nutzung der gesetzlichen Instrumente der Tourismusfinanzierung über das Niedersächsische Kommunalabgabengesetz (NKAG), eine Intensivierung des Austauschs mit den Kommunen und die gezielte Unterstützung der Tourismusorganisationen bei der Einführung von freiwilligen Finanzierungsmodellen vor.

2.2 Fach- und Arbeitskräfte

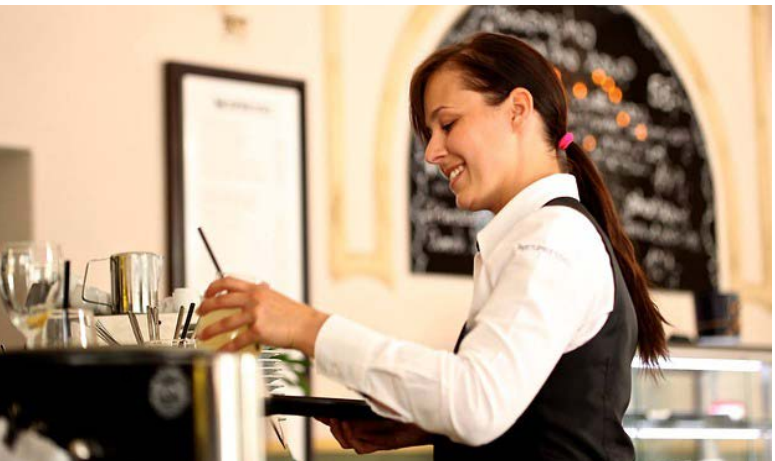
Die Gewinnung und Sicherung von Fach- und Arbeitskräften ist eine zentrale Aufgabe der Branche selbst. Gleichzeitig begleitet das MW die Akteurinnen und Akteure gezielt mit Informationsangeboten, Netzwerkarbeit und starker Unterstützung bei konkreten Projekten.

Der Bedarf ist groß: knapp die Hälfte der Teilnehmenden der Online-Befragung gab an, konkret vom Arbeits- bzw. Fachkräftemangel betroffen zu sein. Fast 95 % sehen das Thema als wichtig oder sehr wichtig an.

STARKE PARTNERSCHAFTEN UND GEZIELTE UNTERSTÜTZUNG

In enger Abstimmung mit dem Deutschen Hotel- und Gaststättenverband Niedersachsen e. V. (DEHOGA) wurde die Zusammenarbeit in den vergangenen Monaten deutlich intensiviert:

- Durchführung von Gesprächen und Workshops zu Themen wie Fachkräftegewinnung aus dem Ausland und Integration von Geflüchteten in den Arbeitsmarkt
- Ausbau der Kooperation mit der Deutschen Gesellschaft für Internationale Zusamenarbeit (GIZ)
- Aufbau aktiver Netzwerke, die Wissen bündeln und Betriebe gezielt unterstützen



INTERNATIONALE ZUSAMMENARBEIT ZEIGT WIRKUNG

Ein besonderer Erfolg: die strategische Partnerschaft zur Fachkräftesicherung mit der marokkanischen Region Tanger–Tétouan–Al Hoceïma, geschlossen im Januar 2025.

- Bereits im August 2025 haben die ersten Auszubildenden aus Marokko ihre Ausbildung in niedersächsischen Gastgewerbebetrieben begonnen.
- Der DEHOGA wurde bei der Anwerbung vor Ort tatkräftig durch die GIZ unterstützt – von der Netzwerkkoordination bis zur Begleitung des gesamten Prozesses.
- Die beteiligten Unternehmen profitieren zusätzlich vom bundesgeförderten THAMM Plus-Programm, das den Anwerbungsprozess aus Nordafrika begleitet und erleichtert.

BLICK NACH VORN: GEMEINSAM STARK FÜR DEN TOURISMUSSTANDORT NIEDERSACHSEN

Mit diesen Maßnahmen setzt das Land Niedersachsen ein klares Zeichen: Im weiteren Prozess vertiefen wir das Thema Fach- und Arbeitskräfte im Dialog mit den Akteurinnen und Akteuren sowie Partnerinnen und Partnern durch gezielte Kooperation und optimieren die praxisnahe Unterstützung, um die Zukunft des Gastgewerbes in Niedersachsen zu sichern und den gesamten Tourismusstandort nachhaltig zu stärken.

2.3 Digitalisierung

Die Digitalisierung der touristischen Leistungskette ist und bleibt ein zentrales Thema der Branche. Über 86 % der Teilnehmenden der Online-Befragung bewertet es als wichtig oder sehr wichtig. Besonders die Sichtbarkeit in Suchmaschinen, auf Websites und die digitale Präsenz sowie Social Media Marketing spielen eine große Rolle.

Die TMN treibt die digitale Transformation des niedersächsischen Tourismus aktiv und kontinuierlich voran. Als Impulsgeberin und Netzwerkerin sorgt sie für modernes Datenmanagement, Open-Data-Entwicklung und innovative Lösungen für die Branche. Mit ihren Angeboten unterstützt sie den Wissenstransfer in der Branche und bietet Schulungs- und Weiterbildungsangebote im Bereich Digitalisierung an.

NIEDERSACHSEN HUB – DATENKOMPETENZ FÜR DAS GANZE LAND

Der Niedersachsen Hub bündelt die touristischen Daten des Landes und bildet die Grundlage für digitale Anwendungen und Services.

- Stand Oktober 2025: über 74.000 Datensätze, davon 62 % als Open Data verfügbar
- Daten werden kontinuierlich durch Partnerinnen und Partner im Land erweitert
- Zahlreiche Anbieter nutzen die offenen Daten bereits für Apps und Anwendungen, darunter UmweltNAVI, bytheways, RegioApp, SmartGuide, LoBaFedo u. v. m.
- Künstliche Intelligenz (KI) unterstützt zunehmend die automatische Datenpflege

Zudem stellt die TMN den Destinationen und Betrieben ein kosteneffizientes Web-Framework inklusive Bilddatenbank, eine Progressive Web-App (PWA) und ein KI-Chatbot bereit.

„ONE.INTELLIGENCE PLATFORM NIEDERSACHSEN“ – KI-KOMPETENZ FÜR DIE BRANCHE

Ein Beispiel der aktuellen Digitalisierungsstrategie: Im Juli 2025 startete die TMN die „one.intelligence platform Niedersachsen“. Ziel ist es, die Nutzung der Plattform auszubauen, um touristischen Akteurinnen und Akteuren und kleineren Organisationen mit begrenzten Ressourcen KI-Unterstützung und automatisierte Prozesse (z. B. Texterstellung, Datenpflege, Kommunikation) im Arbeitsalltag zu bieten.

- KI-Zugang ohne technisches Vorwissen und Zugriff auf viele Sprachmodelle (z. B. ChatGPT, Gemini)
- Kostenoptimierung durch gemeinsame Nutzung (kostenfreie Nutzung bis Ende 2025)
- Bündelung von Lizenzen und Infrastruktur
- Landesweite Lösung begünstigt einen Erfahrungsaustausch und das gemeinsame Lernen im Umgang mit KI

BLICK NACH VORN: DIGITALISIERUNG AM PULS DER ZEIT

Knapp die Hälfte der Teilnehmenden der Umfrage sieht Digitalisierung auch in Zukunft als einen Schwerpunkt in der Arbeit der TMN. Gemeinsam mit der TMN und weiteren relevanten Stakeholdern wird das Thema im weiteren Strategieprozess in einem Workshop-Format im Jahr 2026 vertieft.

2.4 Nachhaltigkeit und Klima

Gemeinsam mit der TMN hat das MW den Themenbereich „Nachhaltigkeit und Klima“ als zentrales Handlungsfeld der Tourismusentwicklung etabliert. Die Umfrage bestätigt diesen Kurs: Nachhaltigkeit steht bei den gewünschten Fokusthemen der künftigen Arbeit der TMN an erster Stelle.

Für 75 % der Befragten ist der Schutz und Erhalt von Natur- und Lebensräumen die wichtigste Motivation für Klimaprojekte – deutlich vor wirtschaftlichen Interessen. Damit wird klar: Nachhaltiges Handeln und eine intakte Natur sind Grundvoraussetzung für einen zukunftsfähigen Tourismus.

„KLIMAWANDEL ANPACKEN“ – EIN LEUCHTTURMPROJEKT MIT WIRKUNG

Mit dem Projekt „Klimawandel anpacken – Anpassungsstrategien für den Tourismus in Niedersachsen“ hat die TMN Pionierarbeit geleistet: Niedersachsen war das erste Bundesland, das die Auswirkungen des Klimawandels auf den Tourismus systematisch untersuchte:

- Wissenschaftlich fundierte Analysen und praxisnahe Handlungsempfehlungen für Destinationen
- Innovative Werkzeuge zur Klimaanpassung im Tourismus
- Regionale Umsetzung in enger Abstimmung mit Partnerinnen und Partnern vor Ort

„Die Unterstützung in diesem Thema in Stadt und Region stellt für mich ein gelungenes Beispiel für die Arbeit der TMN dar."

Antwortbeitrag aus der Online-Befragung zur Tourismusstrategie Niedersachsen, Juli 2024

Das Projekt gilt heute bundesweit als Best-Practice. Mehrere Bundesländer haben das niedersächsische Modell übernommen. Für dieses Engagement wurde die TMN mit dem 2. Platz beim Deutschen Tourismuspreis ausgezeichnet. Auch auf europäischer Ebene hat das Projekt Beachtung gefunden: Im Rahmen des „Transition Pathway for Tourism" der Europäischen Kommission wurde es als eines von vier besonders bemerkenswerten Best-Practice-Projekten hervorgehoben. Das ist ein deutliches Zeichen für die Vorreiterrolle Niedersachsens in der Verbindung von Tourismus, Nachhaltigkeit und Klimaanpassung.

KLIMAWERKSTÄTTEN: GEMEINSAM LÖSUNGEN GESTALTEN

Mit den TMN-Klimawerkstätten wurde ein erfolgreiches Austauschformat etabliert, das Regionen, Betriebe und Kommunen zusammenbringt. Hier entstehen praxisnahe Lösungen und regionale Pilotprojekte, die nachhaltig Wirkung zeigen. Die Werkstätten fördern branchenübergreifende Zusammenarbeit und schaffen einen Raum, in dem aus Ideen konkrete Maßnahmen werden – vom nachhaltigen Energiemanagement bis zu klimaangepassten Tourismuskonzepten.

PRAXISNAHE UNTERSTÜTZUNG FÜR BETRIEBE

In enger Kooperation mit dem DEHOGA und den Industrie- und Handelskammern bietet die TMN Checklisten, Best-Practice-Beispiele und Netzwerke an, die touristische Betriebe direkt in ihrer täglichen Arbeit unterstützen. So werden Unternehmen befähigt, eigene Klimaanpassungsstrategien zu entwickeln, die alle Handlungsbereiche von der Energieeffizienz über nachhaltige Betriebsabläufe bis hin zu neuen Angeboten für Gäste abdecken.

VERNETZT FÜR EINE NACHHALTIGE ZUKUNFT

Die TMN engagiert sich aktiv in strategischen Netzwerken auf Landes- und Bundesebene, um den nachhaltigen Tourismus weiterzuentwickeln. Durch diese Netzwerke stärkt die TMN die Position Niedersachsens als Modellregion für klimafreundlichen und nachhaltigen Tourismus.

Wichtige Plattformen sind u. a. die Exzellenzinitiative „Nachhaltige Reiseziele" auf Bundesebene, das Klimakompetenznetzwerk Niedersachsen sowie regionale Austauschformate, z. B. die Arbeitsgemeinschaft (AG) Nachhaltiges Ostfriesland oder die AG Weltnaturerbe Wattenmeer.

BLICK NACH VORN: BETEILIGUNG STÄRKEN, UMSETZUNG VORANBRINGEN

Nachhaltigkeit und Klima bleiben zentrale Themen für den niedersächsischen Tourismus und prägen den weiteren Strategieprozess. Die Online-Befragung zum Bereich ökologische Nachhaltigkeit zeigt jedoch einen deutlichen Unterschied zwischen Anspruch und Praxis: Zwar halten 80 % das Thema für wichtig bis sehr wichtig, doch nur rund 20 % engagieren sich aktiv – und fast ein Viertel kennt keinerlei Maßnahmen. Hier gilt es, Wissen auszubauen und die Beteiligung zu erhöhen.

Die TMN setzt mit ihrem Fokus auf Nachhaltigkeit, Klima und Zusammenarbeit ein starkes Signal. Ihr Engagement soll die Akteurinnen und Akteure in Niedersachsen motivieren, eigene Maßnahmen umzusetzen und gemeinsam die Zukunft des Tourismus aktiv zu gestalten. Im kommenden Jahr wird das Fokusthema in einem Workshop-Format mit Stakeholdern vertieft.

2.5 Wettbewerbsorientierung und Zukunftssicherung

Der Tourismus in Niedersachsen befindet sich in einem tiefgreifenden Wandel. Neben den inhaltlichen und strukturellen Entwicklungen wirken sich zunehmend begrenzte finanzielle Ressourcen auf die Handlungsmöglichkeiten der touristischen Akteurinnen und Akteuren aus. Vor diesem Hintergrund gewinnt die Sicherung der Wettbewerbsfähigkeit und Zukunftsfähigkeit der niedersächsischen Tourismuswirtschaft weiter an Bedeutung. Die große Heterogenität der Destinationen stellt zudem eine besondere Herausforderung für die zukünftige Entwicklung des niedersächsischen Tourismus dar.

Ziel ist es, die vorhandenen Stärken im Land zu bündeln, Kooperationen zu fördern, die Leistungsfähigkeit der Destinationen zu sichern und die Grundlage für eine zukunftsorientierte und resiliente Tourismusentwicklung in Niedersachsen zu schaffen.

GEMEINSAM STARK: STRUKTUREN WEITERENTWICKELN, ZUSAMMENARBEIT STÄRKEN

Um den Tourismus im Land langfristig leistungsfähig zu halten, arbeitet das MW gemeinsam mit den DMOs, Verbänden und weiteren Partnerinnen und Partnern an einer Neuausrichtung der Tourismusstrukturen. Im Fokus stehen:

- die Analyse und Optimierung der Zuständigkeiten und Aufgaben sowie der Schnittstellen,
- eine klare Aufgabenverteilung zwischen Landesebene, regionaler und örtlicher Ebene,
- die Finanzierung des Tourismus in Niedersachsen
- sowie eine engere Vernetzung der Akteurinnen und Akteure im Sinne eines abgestimmten, landesweiten Handelns.

BLICK NACH VORN: DAS ZIEL SIND STARKE, WETTBEWERBSFÄHIGE DESTINATIONEN

Diese Themen werden in mehreren Workshopformaten gemeinsam mit der TMN, den DMOs und Branchenvertreterinnen und -vertretern ausgearbeitet. Ziel des Prozesses ist die Entwicklung eines Aufgabenportfolios für die niedersächsischen DMOs. Darauf aufbauend entstehen klare Qualitäts- und Leistungskriterien, die als Grundlage für wettbewerbsfähige und zukunftsfeste Destinationen dienen. Langfristig sollen diese Kriterien auch die Grundlage für eine eventuelle touristische Förderung in Niedersachsen bilden.

3. Gemeinsam in die Zukunft

Der Dialogprozess 2024 – 2026 markiert einen wichtigen Schritt hin zu einer zukunftsfähigen Tourismusentwicklung in Niedersachsen. Mit der Erarbeitung gemeinsamer Ziele, Maßnahmen und Prioritäten entsteht eine tragfähige Grundlage für ein starkes, vernetztes und nachhaltiges Tourismusland.
Die abschließende Veranstaltung und die begleitende Dokumentation werden den Strategieprozess abrunden und die Ergebnisse für Politik, Wirtschaft und Gesellschaft sichtbar machen. Doch der Prozess endet nicht mit der Strategie selbst: Er bildet den Ausgangspunkt für eine langfristige Zusammenarbeit und eine gemeinsame Verantwortung aller Akteurinnen und Akteuren.

VISION: „ALLIANZ FÜR DEN TOURISMUS“

Eine erfolgreiche Entwicklung des Tourismus im Land setzt gemeinsame Ziele, Werte und Vorgehensweisen voraus. Daher soll nach dem Strategieprozess eine „Allianz für den Tourismus“ begründet werden. Diese Allianz soll ein partnerschaftliches Bündnis und Netzwerk aus öffentlichen Institutionen, Tourismusorganisationen, Wirtschaftsverbänden, den kommunalen Spitzenverbänden, Interessensvertretungen sowie Kommunen und Betrieben darstellen. Sie

„Ein größeres WIR schaffen.“

Antwortbeitrag aus der Online-Befragung zur Tourismusstrategie Niedersachsen, Juli 2024

- dient der Vernetzung aller Akteurinnen und Akteure im Tourismus,
- definiert die Leitlinien für gemeinsames, zielgerichtetes Handeln,
- unterstützt die abgestimmte Umsetzung der Tourismusstrategie,
- überträgt den Akteurinnen und Akteure konkrete Verantwortung im Rahmen ihrer individuellen Möglichkeiten,
- zielt darauf ab, den Tourismus nachhaltig und resilient zu gestalten,
- bündelt Kräfte und schafft Vertrauen und
- stärkt das Tourismusbewusstsein, auch über die Branche hinaus.

TEAM TOURISMUS

May-Britt Pürschel
Leiterin Tourismus, Kreativwirtschaft,
Tourismuspolitik

Annika Bothe
Nachhaltiger Tourismus,
Gesundheitstourismus

Claudia Franke
Büro- und Kommunikationsassistenz

Annegret Friedrichs
Tourismusförderung, Tourismusförderrichtlinien

Franziska Hennig
Barrierefreier Tourismus, Qualitätsinitiativen im Tourismus,
Tourismus im ländlichen Raum

Ines Mann
Wirtschaftliche Bedeutung des Tourismus / Monitoring,
Digitalisierung im Tourismus

Anne Bleimeister
Stv. Leiterin Tourismus, Kreativwirtschaft,
Städte- und Kulturtourismus

Sina Niebel
Einzelbetriebliche Förderung im Tourismus,
Branchenbetreuung Gastgewerbe, Fach-und Arbeitskräfte

Frederic Ossege
Natur- und Aktivtourismus,
TMN GmbH

Alexandra Schubert
Staatliche Anerkennung und Überprüfung von Kur- und Erholungsorten

Jessica Tholen
Öffentliche Tourismusfinanzierung,
Nationale und europäische Tourismusinitiativen

Herausgeber:
Niedersächsisches Ministerium für Wirtschaft,
Verkehr und Bauen
Referat 23 – Tourismus, Kreativwirtschaft
Friedrichswall 1
30159 Hannover

tourismusdialog@mw.niedersachsen.de

www.tourismusstrategie-niedersachsen.de
www.mw.niedersachsen.de

Stand: Dezember 2025

Diese Broschüre darf, wie alle Publikationen der Landesregierung, nicht zur Wahlkampfwerbung in Wahlkämpfen verwendet werden.

Erstellt in Zusammenarbeit mit dem Wirtschaftsministerium von:
Project M GmbH
Büro Hamburg
Steinhöft 9
20459 Hamburg

hamburg@projectm.de
www.projectm.de

Bildnachweise

Seite 1 Stade, © Anne Webert, TourismusMarketing Niedersachsen GmbH

Seite 1 Seehund, © Janis Meyer, TourismusMarketing Niedersachsen GmbH

Seite 1 Lüneburger Heide, © Markus Tiemann

Seite 1 Harz, © TourismusMarketing Niedersachsen GmbH

Seite 1 Nordsee Familie im Watt, © Florian Trykowski, TourismusMarketing Niedersachsen GmbH

Seite 1 Weiße Strandkörbe Nordsee, © Francesco Carovillano, TourismusMarketing Niedersachsen GmbH

Seite 1 Zwillingsmühlen Greetsiel, © Francesco Carovillano, TourismusMarketing Niedersachsen GmbH

Seite 1 Hildesheimer Marktplatz, © Torsten Krüger, TourismusMarketing Niedersachsen GmbH

Seite 1 Pietzmoor, © Alexander Kaßner, TourismusMarketing Niedersachsen GmbH

Seite 1 Luftbild Baumwipfelpfad Bad Harzburg, © Fotoweberei, Baumwipfelpfad Harz

Seite 1 Luftbild Winter Holzminden, © Jürgen Borris, TourismusMarketing Niedersachsen GmbH

Seite 1 Residenzschloss Braunschweig, © Christian Bierwagen, Braunschweig Stadtmarketing GmbH

Seite 1 Goetheweg Harz, © Harzer Tourismusverband, HTV, fotoweberei

Seite 4 Leuchtturm, © Christopher Nitschke, TourismusMarketing Niedersachsen GmbH

Seite 5 Steg, © Stefan Schiefer, HTM

Seite 6 Barista, © LuckyLife11 auf Pixabay

Seite 8 Elbe, © TourismusMarketing Niedersachsen GmbH