

Dr. Alexander Schuler, Katharina Meifert, Tim Detering | 01.06.2026



Regionales Naherholungs- und Tourismuskonzept für das Braunschweiger Land unter Einbezug des Landkreises Goslar

Informationsveranstaltung

www.bte-tourismus.de

Agenda

Grußwort zur Auftaktveranstaltung

Agenda

Präsentationsveranstaltung, 01.06.2026

- ca. 15:30 Uhr **Begrüßung**
- ca. 15:45 Uhr **Vorstellung der Ergebnisse des regionalen Naherholungs- und Tourismuskonzept durch BTE, Zeit für Rückfragen**
- ca. 16:45 Uhr Kurze Pause
- ca. 17:00 Uhr **Dialogforum zum Ausblick**
- ab 18:00 Uhr Ausklang: Zeit zum Netzwerken und Abendessen



Warum überhaupt ein Konzept?

Warum überhaupt ein regionales Konzept?

**Gemeinsame
Zielrichtung
und Klarheit**



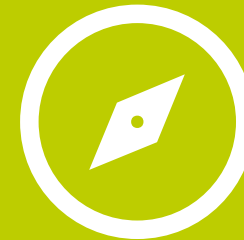
**Bündelung
von Kräften &
Ressourcen**



**Klare
Positionierung
im
Wettbewerb**



**Rahmen für
Investitionen
& Angebots-
entwicklung**



**Zukunftsfähige
& nachhaltige
Entwicklung**



Das regionale Naherholungs- und Tourismuskonzept ist ...

... kein Marketingkonzept für die
Außendarstellung

... eine strategische Grundlage für Entwicklung,
Zusammenarbeit und Investitionen

... kein radikaler Neustart

... eine sinnvolle Weiterentwicklung

... kein am Schreibtisch entstandenes Papier

... ein gemeinschaftlich entwickeltes Konzept

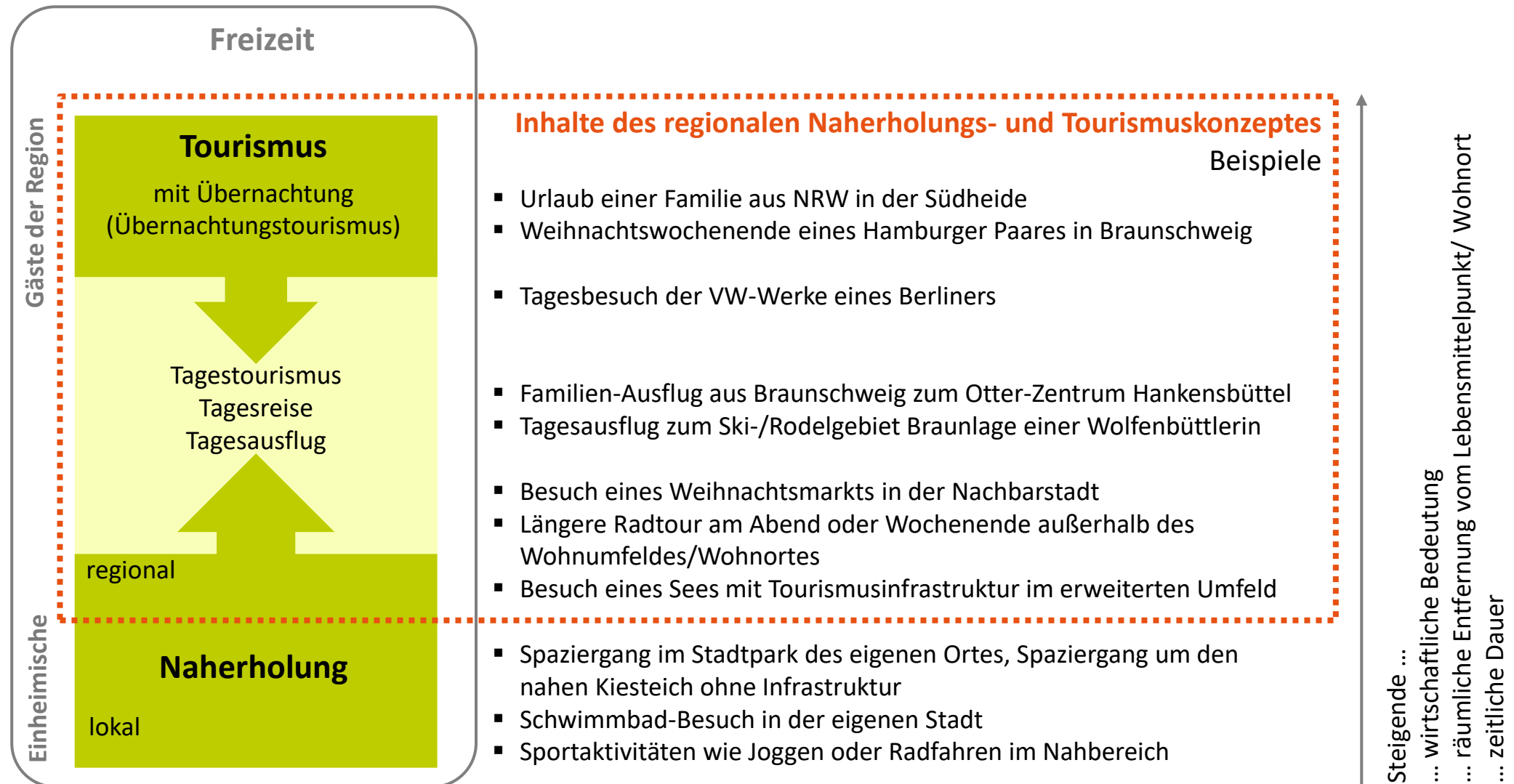
... kein Ersatz kommunaler Konzepte

... der übergeordnete Rahmen für die weitere
Ausgestaltung von Tourismus und regionaler
Naherholung

... weder ein klassisches Tourismuskonzept
noch ein reines Naherholungskonzept

... eine integrierte Konzeption, um Synergien
der beiden zentralen Wirtschafts- und
Standorthemen zu erzeugen

Einordnung Tourismus, Naherholung und Freizeit



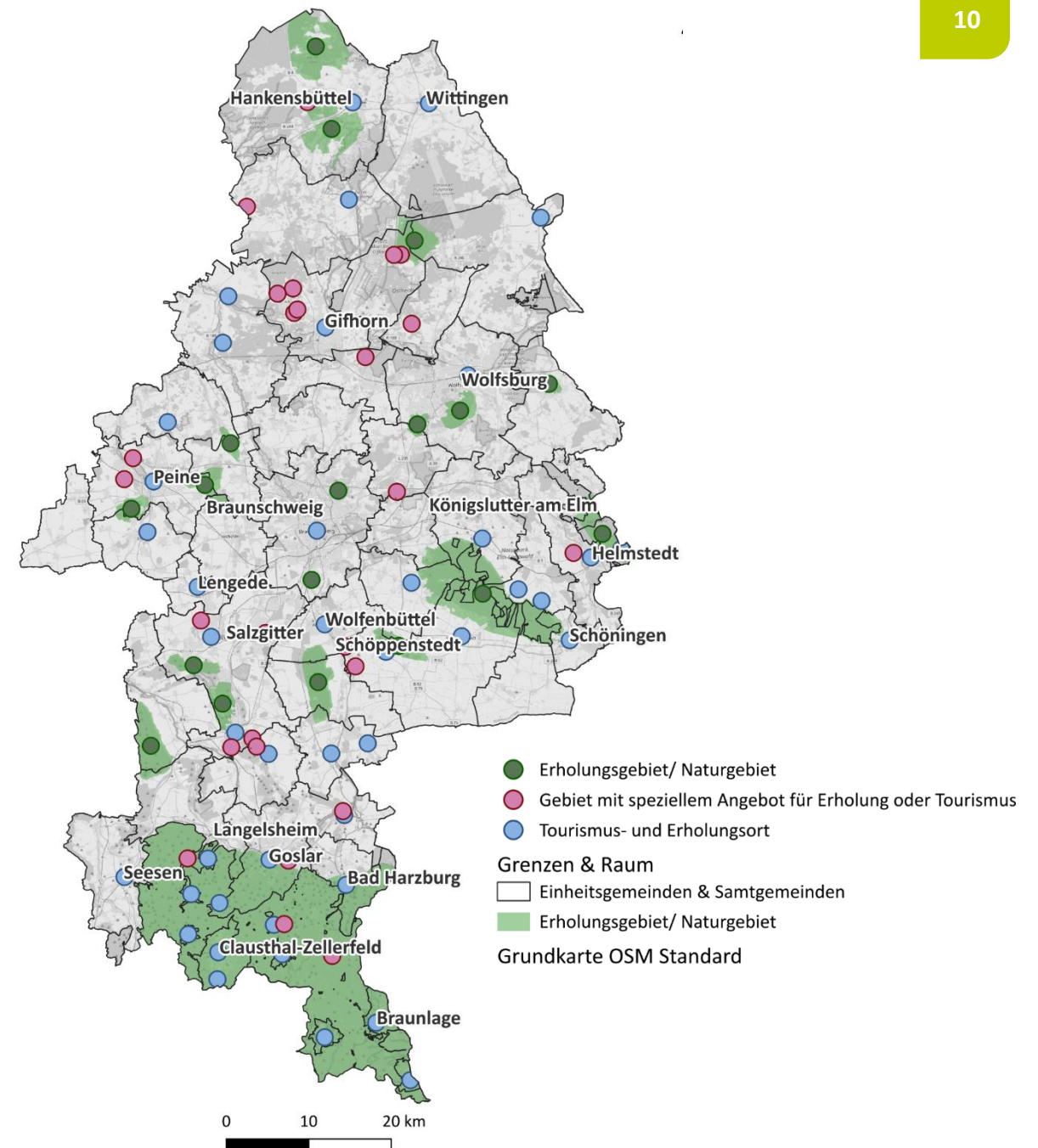
Übersicht über den Prozess



**Wo steht das Braunschweiger
Land und was heißt das?**

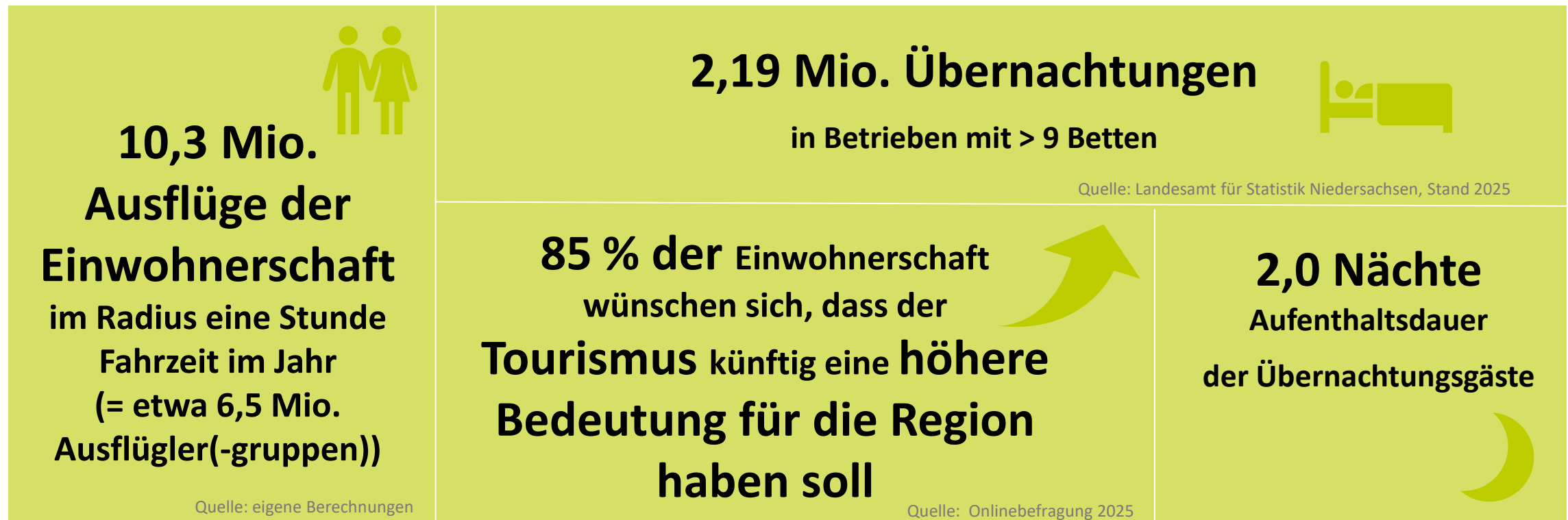
Kernerkenntnisse

- Die Region ist touristisch **heterogen** mit strukturellen und thematischen Unterschieden, aber zahlreichen Verflechtungen.
- Es besteht grundsätzlich eine **gute Ausgangsposition mit einem breiten Angebot** an attraktiven Natur-, Kultur- und Freizeitangeboten sowie einer **zentralen Lage** mit guter Anbindung im Braunschweiger Land.
- Verbesserungspotenziale bestehen insb. in den Bereichen **Qualität, Basisinfrastrukturen, ÖPNV-Erreichbarkeit**.



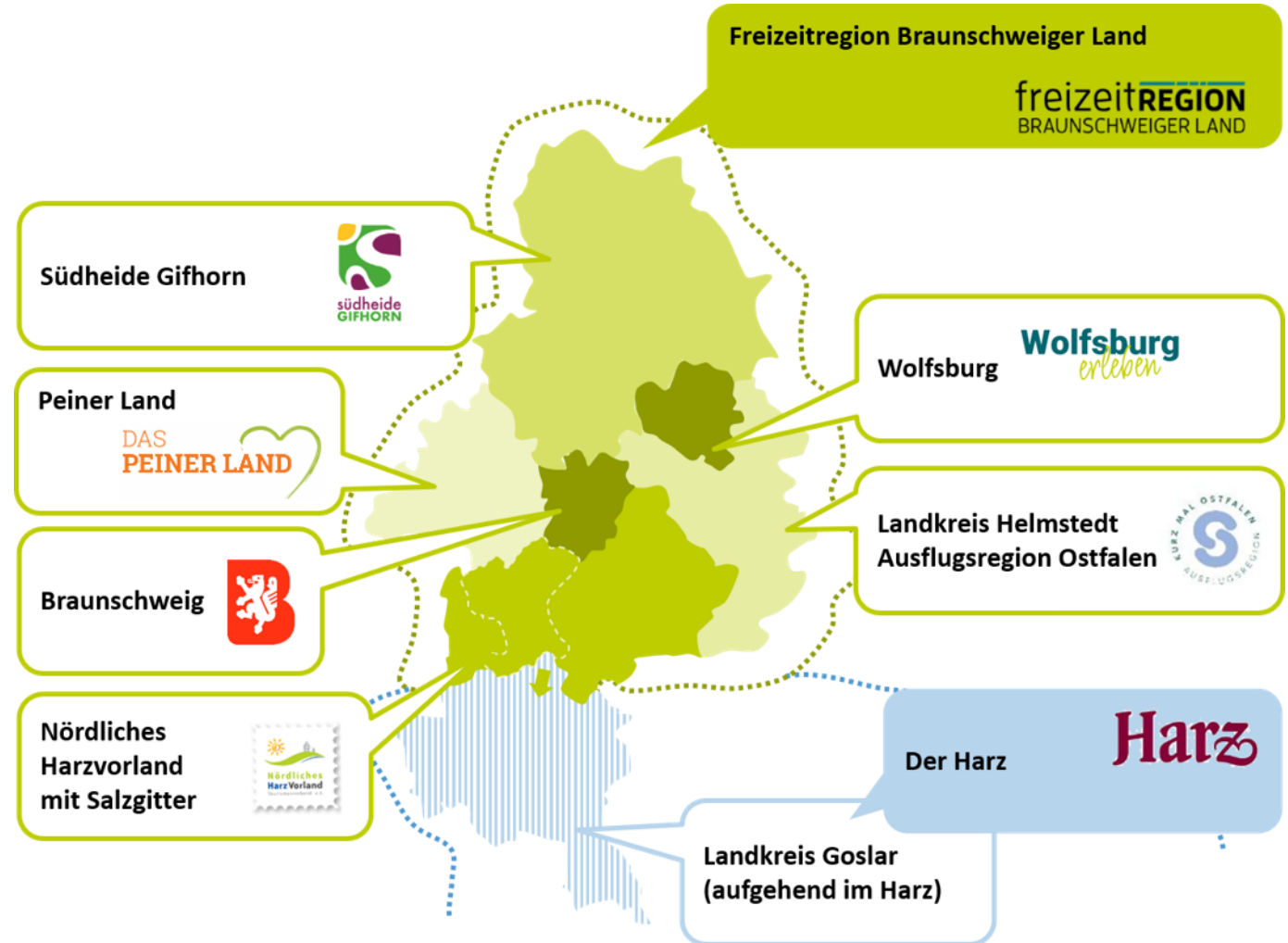
Kernerkenntnisse

- Das Braunschweiger Land zeigt eine **stabile Entwicklung der touristischen Nachfrage** (freizeit- und geschäftsorientiert), hat aber bisher **wenig touristische Relevanz**.
- Die Region beinhaltet ein **großes Potenzial für den Regionaltourismus** bzw. die regionale Naherholung.



Kernerkenntnisse

- Die Außenkommunikation im Braunschweiger Land ist zersplittert. Eine zentrale gemeinsame Botschaft und eine Profilierung des Gesamttraumes unter der neuen Ausrichtung „Freizeitregion“ befindet sich im Aufbau.
- Die Region wird bisher weniger als Tourismusdestination wahrgenommen.
- Es besteht **wenig Identifikation** mit der Region.
- Strukturelle, strategische Defizite hemmen die Entwicklung im Braunschweiger Land.



© BTE 2026; Hinweis: das Nördliche Harzvorland umfasst auch Mitgliedskommunen im Landkreis Goslar, diese sind durch den grünen Pfeil schematisch dargestellt

Wie soll die Zukunft im Braunschweiger Land aussehen?

Vision und Mission für das Braunschweiger Land 2033+

Das Braunschweiger Land ist **die Kultur- und Erlebnisregion Niedersachsens** – lebendig, verbindend, ideenreich.

Ein **lebendiger und attraktiver Lebens-, Wirtschafts- und Freizeitraum**, in dem Menschen gern leben, arbeiten und Gäste Spannendes entdecken. Facettenreich, authentisch und offen für alle, die Inspiration & Erholung suchen und Kultur & Natur erleben wollen.

Eine Region, die verbindet und überrascht. Städte und ländliche Räume ergänzen sich, schaffen Nähe und Abwechslung.

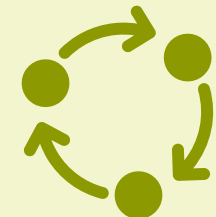
Eine ideenreiche Region. Hier treffen Historie und Zukunft aufeinander und schaffen eine Region, die Geschichte erzählt und Innovation durch Wirtschaft und Forschung vorantreibt. Modern und weltoffen.

... wachsen als Region weiter zusammen und handeln tatkräftig gemeinsam.



... denken unseren Erlebnisraum und Lebensraum miteinander und bauen unsere Position aus.

... fokussieren auf besondere Erlebnisse und Zielgruppen-erwartungen.



... verfolgen ein strategisches und vernetztes Vorgehen, um Digitalisierung und Nachhaltigkeit zu stärken.

Strategische Ziele für das Braunschweiger Land 2033+

#Wertschöpfung steigern

Der Übernachtungs- und Tagestourismus soll gezielt weiterentwickelt werden, um regionale Wertschöpfung zu erhöhen, Arbeitsplätze zu sichern und lokale Unternehmen zu stärken – auf eine Weise, die Ressourcen schont und langfristige Stabilität schafft.

#Lebensqualität & Attraktivität stärken

Tourismus und Naherholung sollen so gestaltet werden, dass sie die Lebensqualität der Bevölkerung verbessern, abwechslungsreiche Freizeitangebote stärken und die Region als attraktiven Lebens- und Aufenthaltsort weiter profilieren.

Kontinuierliche Orientierung an Querschnitts- und Zukunftsthemen:
Nachhaltigkeit leben, Qualität pflegen, Innovationen ermöglichen,
Natur- und Kulturräume schützen

Beibehaltung und Strukturierung der profilreichsten Themen

Städte & zeitORTE



freizeitREGION
BRAUNSCHWEIGER LAND

Freizeiterlebnisse Braunschweiger Land

Region genießen

Aktiv & Draußen



Sonderthema: Business (Geschäftsreisen/MICE) & Bleisure

Untersetzung der Kernthemen

Städte & zeitORTE

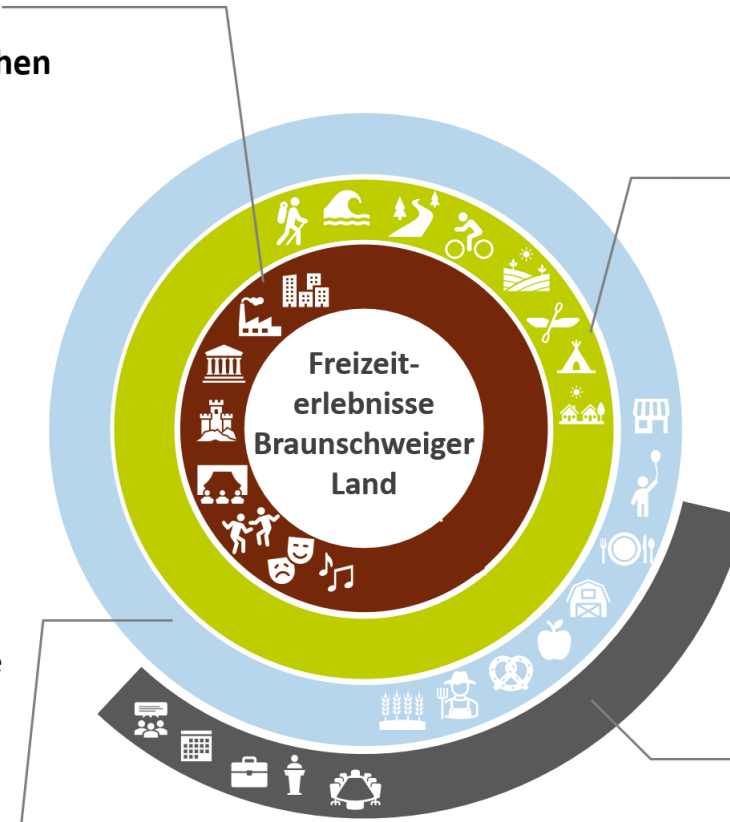
Städte erkunden • Kultur erleben • Geschichte verstehen

Facettenreiche und historische Städte, vielfältige Veranstaltungen, erlebbare zeitORTE und Labore der Zukunft machen das Braunschweiger Land zu einem einzigartigen Kulturraum, in dem Geschichte und Innovation keine Gegensätze sind.

Region genießen

Regionalität schmecken • genussvoll essen • Land erleben

Regionale Produkte, erlebnisreiche Orte der Gastronomie und authentische Landerlebnisse machen die Region sinnlich erfahrbar – in Hofläden und Hofcafés, in Brauereien, Ausflugsgaststätten und Restaurants.



Aktiv & Draußen

Landschaften entdecken • aktiv sein • Abenteuer wagen

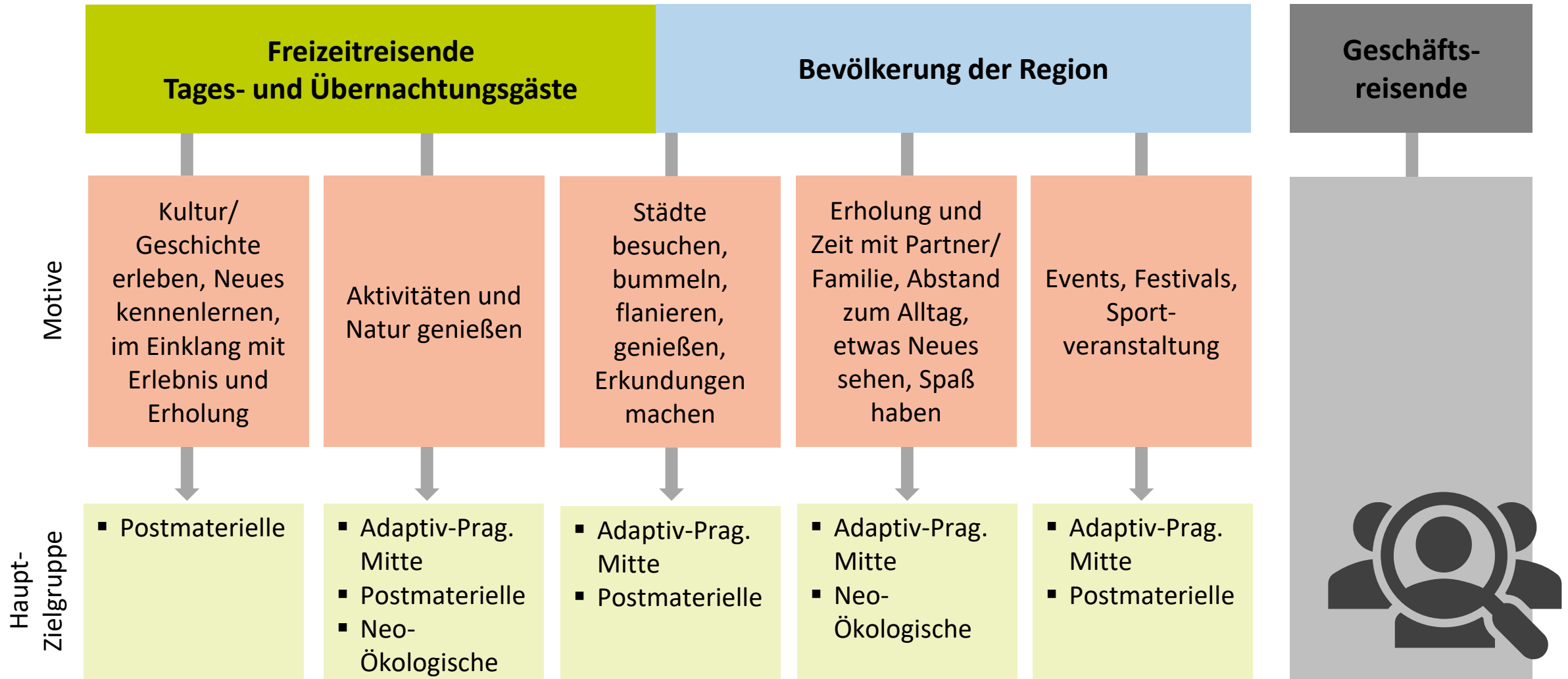
Das Braunschweiger Land lädt dazu ein, Orte und Landschaften aktiv zu entdecken, sich zu erholen und Abenteuer zu erleben. Sei es beim Radfahren, Spazieren oder Wandern, am und im Wasser, auf Erkundungstour in der Natur oder bei den vielen Freizeitaktivangeboten.

Business & Bleisure

Kompetenz zeigen • Netzwerke stärken • Inspiration finden

Als leistungsstarke Wirtschafts- und Wissenschaftsregion bietet das Braunschweiger Land moderne Infrastruktur für Geschäftsreisen, MICE und Bleisure und ergänzt diese durch attraktive Rahmenprogramme mit Kultur, Natur und regionalem Genuss.

Zielgruppen



**Welche Entwicklung ist wo
zielführend?**

Clusterbildung als strategisches Arbeitsinstrument

- **Räumliche Differenzierung aufgrund unterschiedlicher Ausgangslagen**
- **Bildung von Schwerpunkt- und Potenzialgebieten („Cluster“) als strategische Grundlage für bedarfsgerechte Infrastruktur- und Angebotsentwicklung**
- **Funktionen der Clusterbildung**
 - 1. Ableitung von Handlungsansätzen
 - Abgleich von Qualitätsanforderungen und Bestandssituation
 - Identifikation konkreter Handlungsbedarfe und Entwicklungspotenziale
 - 2. Klärung von Verantwortlichkeiten & Kooperationen
 - Identifikation relevanter Akteur*innen und Zuständigkeiten
 - Nutzung bestehender leistungsfähiger Strukturen als Impulsgeber, alternativ Empfehlung interkommunaler Kooperationen bei fehlenden Strukturen
- **Wichtig: Cluster dienen ausschließlich der strategischen Steuerung → sie sind keine touristischen Marketingeinheiten und keine planerischen oder rechtlich verbindlichen Festlegungen**

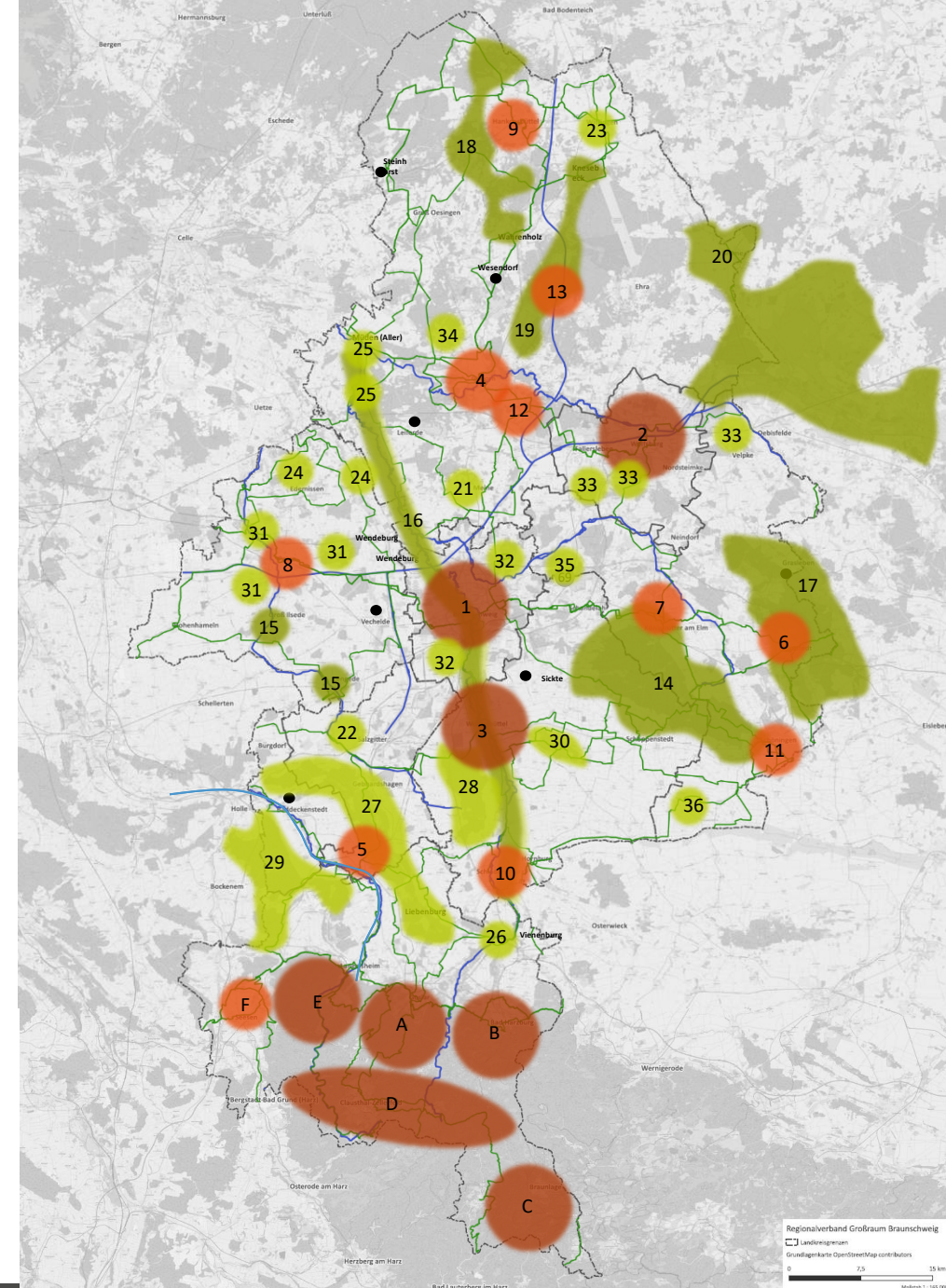
Cluster

■ Schwerpunktgebiete Tourismus

- HotSpots für den Tourismus
- Tour. Erlebnisräume/-standorte (mit weiteren Potenzialen)

■ Schwerpunktgebiete regionale Naherholung

- Reg. Nah. mit hohem Potenzial für Tourismus
- Erlebnisräume/-standorte Reg. Naherholung



Was ist zu tun?

Handlungsfelder für das Braunschweiger Land 2033+

#Wertschöpfung steigern

1

Management, Struktur

Aufbau eines wettbewerbsfähigen Destinationsmanagements und einer effektiven Organisationsstruktur in der Region

2

Netzwerk, Kooperation

Intensivierung von Kooperation und Vernetzung

3

Identität, Positionierung

Gemeinsame Positionierung und Markenbildung

4

Kommunikation, Vertrieb

Durchführung koordinierter Kommunikations- und Vertriebsmaßnahmen für Tourismus und Naherholung

5

Digitalisierung

Konsequente Nutzung der Digitalisierung für Tourismus und Naherholung

6

Angebote, Produkte, Themen

Sicherung und Weiterentwicklung qualitätsvoller und zeitgemäßer Angebote, Themen und Erlebnisräume für Tourismus & Naherholung

7

Infrastruktur, Mobilität, Betriebe

Weiterentwicklung und Qualitätssteigerungen bei Infrastruktur für Tourismus und Naherholung

#Lebensqualität und Attraktivität stärken

Gestaltung des Maßnahmenprogramms

Vertiefung der Handlungsfelder, jeweils inkl.

- **Darstellung der Ausgangssituation**
- **Handlungsfeldziele**
- **Konkrete Leitprojekte** haben eine besondere Relevanz und Dringlichkeit; „Muss“-Programm der Umsetzung
- **Ergänzende wichtige und unterstützende Projekte und Maßnahmen** in verkürzter Form als „Ergänzungs“-Programm
- **Allgemeine Handlungsansätze** bilden den Rahmen für die Umsetzung weiterer konkreter Maßnahmen durch Betriebe, Kommunen, Teilräume und regionale Akteur*innen

Leitprojekt 2 Flächendeckende Etablierung der Regionsbezeichnung „Freizeitregion Braunschweiger Land“ und Nutzung durch Partner*innen

Beschreibung Ziel ist das Roll-Out der Regionsbezeichnung „Freizeitregion Braunschweiger Land“ und Nutzung durch die Partner*innen als gemeinsames kommunikatives Dach der Teilräume und Kommunen, adressiert an Gäste sowie Einheimische. Die Bezeichnung soll Orientierung bieten, die Region als zusammenhängende machen und die Identifikation stärken. Das Roll-Out richtet sich an touristische Kommunen, Tourist-Infos, Betriebe, Partner*innen außerhalb des Tourismus. Ziel ist eine konsistente Nutzung in Kommunikation digital wie analog.

Teilprojekte, Teilschritte

- **Abstimmung eines Mindestmaßes gemeinsamer Kommunikation** (inkl. Roll-Out)
 - Festlegung, wann und wie die Kommunikation stattfinden soll
 - Vereinbarung eines verbindlichen Zeitrahmens durch Partner*innen (Co-Branding)
- **Roll-out Name/Logo „Freizeitregion Braunschweiger Land“**
 - Festlegung der wichtigsten Touchpoints und in Anlehnung an die Marketing durch die regionale DMO (Kommunen, Tourist-Infos, Betriebe, Partner*innen) (eingebunden in die Marketingaktivitäten)
 - Logo-Verwendung auf der Website, Social-Media-Kanäle und teilen der SEO-Optimierung
 - Bereitstellung von regionalen Freizeitservices (in Tourist-Informationen, Broschüren, etc.)
 - Stärkere lokale Präsenz der Freizeitschwerpunkte durch die Kommunen
 - Bezeichnung verankern im Alltag
- Idealerweise
 - Unterstützungsangebote für Partner*innen
 - Motivation der Leistungsanbieter

Raumbezug Destination Braunschweiger Land

Träger*innen, Partner*innen DMO Braunschweiger Land (Roll-Out), Mitglieder und Partner*innen wie Kommunen, Tourist-Infos, Betriebe, Partner*innen, Nahaufholungsverantwortliche der Kommunen

Zeithorizont Kurzfristig; physische Umsetzungen

Nr.	Maßnahmen	Priorität	Zeithorizont	Koordination
4.1	Erstellung einer Marketing-/Kommunikationsstrategie für das Braunschweiger Land und Durchführung effektiver Kommunikations- und Vertriebsaktivitäten <ul style="list-style-type: none"> ▪ Marketingstrategie zur weiteren Differenzierung der in Kap. 6.2 (Implikationen für das Marketing) erarbeiteten Grundlagen ▪ Darauf aufbauend ▪ Planung und Durchführung eigener Marketingaktivitäten (im Budgetrahmen) ▪ Beteiligung an Marketingkampagnen des Landes Niedersachsen (wo thematisch passend und finanziell darstellbar) ▪ inkl. Überwachung/Monitoring und Evaluierung der Maßnahmen 	Hoch	Kurz- bis mittelfristig	DMO Braunschweiger Land
4.2	Strategische Abstimmung der Marktbearbeitung der regionalen Ebene (Freizeitregion) und der Teilgebiete, inkl. <ul style="list-style-type: none"> ▪ Erstellung und jährliche Kommunikation eines regionalen Marketing-/Mediaplans ▪ Abstimmung der jährlichen Marketingpläne der Teilgebiete, Identifizierung von Synergien, Klärung, welche Maßnahmen regional, welche teils regional umgesetzt werden (Fokus Kampagnen, Medien, Kontakte etc.) Prüfung der Möglichkeiten zur Bündelung Marketingaktionen zwischen regional und Teilgebieten	Hoch	Kurzfristig	DMO Braunschweiger Land, Marketingorganisationen
4.3	Entwicklung konkreter, themenbezogener Marketingaktivitäten <ul style="list-style-type: none"> ▪ Themenspezifische Bündelung feiner Marketingaktivitäten (bspw. Rad-Routen im Braunschweiger Land) ▪ Entwicklung von Teilgebieten 			
4.4	Sichtbarmachung wechselnder naher Angebote der Teilgebiete im regionalen Raum <ul style="list-style-type: none"> ▪ Kommunikation wechselnder Freizeitaktivitäten (bspw. Elm-Lappwald) (rotierend ca. November) ▪ Jahreskalender, „365 Tage Abenteuer“ ▪ „Braunschweiger Land Entdeckertage“ (alle Teilgebiete, d. h. jede Kommune) (Wanderung, Museumsnacht, Hoffen) ▪ Digitaler „Entdecker-Pass“: Plattformen (z. B. Stempel digital sammeln, etc.) 			
4.5	Systematische Nutzung von Marktforschung <ul style="list-style-type: none"> ▪ Kontinuierliche Sichtung neuer Strukturen ▪ Weitergabe relevanter Daten an Kommunen ▪ Prüfung einer Zusammenarbeit mit Kommunen und Verbänden, um Zugänge zu erhalten ▪ Bedarfsgerecht: Durchführung eigener Marktforschungen (z. B. Gäste- oder Einwohnerbefragung, auch zur besseren Steuerung des Marketings) ▪ Unterstützung von Marktforschungsaktivitäten der Länder 			Lang, harter Tourismusverband Partner*innen:

Handlungsansätze und Leitplanken für weitere Maßnahmen und Projekte

- Weitere Maßnahmen mit Fokus auf
 - **Bestandspflege und Bestandsentwicklung von regionalen Naherholungsangeboten oder touristisch attraktiven Angeboten** bspw. durch Modernisierung und Grunderneuerung, Entwicklung kreativer Projektideen zur Weiterentwicklung, Erstellung vorausschauender Konzepte zur Bestandspflege, Umsetzung guter Betreibermodelle
 - **Entwicklung neuer regionaler Naherholungsangebote und touristischer Angebote** durch Erschließung aktueller Themen, Ansprache weiterer Zielgruppen, Förderung und Unterstützung neuer Projekte/Investitionen etc.
- Regionale Naherholungsplanung unter Berücksichtigung der Interessen junger Menschen sowie Umsetzung von Maßnahmen zur Förderung von Teilhabe und Begegnung
- Umsetzung von Maßnahmen zur **Erlebnissteigerung von Angeboten** (z. B. Barrierefreiheit, digitale Vermittlung, Servicequalität)
- Angebots(wieder-)entwicklung und Sensibilisierung der privaten und öffentlichen Leistungsträger*innen für Gästeaufkommen in der **Nebensaison und bei Schlechtwetter**
- Weiterentwicklung der Städte als **multifunktionale Orte** und zu touristischen Erlebniszentren, Weiterentwicklung der Dorfkerne als „belebte Orte“, gezielte Verknüpfung von städtischen und ländlichen Erlebnissen

Übersicht des Maßnahmenprogramms

12
Leitprojekte

30
ergänzende
Maßnahmen

Viele
weitere
Handlungs-
ansätze

Blitzlichter zum Maßnahmenprogramm

Handlungsfeld 7: Infrastruktur, Mobilität Betriebe

- **L.12 Weiterentwicklung relevanter Mobilitätsknotenpunkte**
- Monitoring und Wegemanagement zur **Qualitätssicherung der Rad-/Wanderwege**
- Sicherung, Optimierung und **Stärkung des ÖPNV** für Gäste und Einheimische
- Erschließung relevanter Gebiete mit kreativen Angeboten der **letzten Meile**
- Verbesserung der **(Service-)Qualität** und **Nachhaltigkeit** der Gastgebenden
- Sicherung und Ergänzung von **Einkehrmöglichkeiten und Gastronomieangeboten**
- **Nachhaltigkeitsoffensive**



Blitzlichter zum Maßnahmenprogramm

Handlungsfeld 6: Angebote, Produkte, Themen

- **L.9 Qualitätsentwicklung Rad / Entwicklung Radregion Braunschweiger Land**
 - **L.10 Weiterentwicklung und Positionierung der Rad-Rund-tour Braunschweiger Land**
 - **L.11 Weiterentwicklung der Schwerpunkt- und Potenzialräume für Tourismus und regionale Naherholung**
-
- Angebotsentwicklung für **neue Zielgruppen**
 - Finanzielle Förderung von **Innovationen** zur Angebotsentwicklung
 - Entwicklung „**Mikroabenteurer**“ für Einheimische
 - Aufbereitung, **Inszenierung** regionaler Besonderheiten
 - Weiterentwicklung der **Kernthemen**
Städte & zeitORTE, Aktiv & Draußen, Region genießen, Business & Bleisure



Blitzlichter zum Maßnahmenprogramm

Handlungsfeld 4: Kommunikation, Vertrieb

- **L.5 Bündelung ausgewählter Kommunikations- und Vertriebsaktivitäten zwischen regionaler Ebene und den Teilgebieten**
- **L.6 Weiterentwicklung des gemeinsamen regionalen Online-Portals für Gäste und Einheimische**
- Erstellung einer Marketingstrategie und Durchführung effektiver **Kommunikations- und Vertriebsaktivitäten**
- Strategische **Abstimmung der Marktbearbeitung** zwischen Freizeitregion & Teilgebieten
- Entwicklung von **Beteiligungsangeboten** im Marketing
- Sichtbarmachung **wechselnder Angebote der Teilgebiete** für Regionaltourismus
- Systematische Nutzung von **Marktforschungsdaten**, Studien

Handlungsfeld 5: Digitalisierung

- **L.7 Weiterführung und Optimierung gemeinsames Datenmanagement**
- **L.8 Digitalisierung von Tourismus- und Freizeitbetrieben**
- Konzeption und Umsetzung **innovativer Digitalformate**
- Erhöhung der **Online-Sichtbarkeit und -Buchbarkeit**



Blitzlichter zum Maßnahmenprogramm

Handlungsfeld 3: Identität, Positionierung

- L.2 Flächendeckende Etablierung der Regionsbezeichnung „Freizeitregion Braunschweiger Land“ und Nutzung durch Partner
 - L.3 Identitäts-/Markenstrategie „Freizeitregion Braunschweiger Land“
 - L.4 Binnenkampagnen zur Stärkung von Ausflügen
-
- Implementierung **Schaufensterstrategie** für touristisch relevante Angebote
 - Konkretisierung der Kommunikationsaktivitäten zur **regionalen Naherholung** (Einwohnerschaft als Zielgruppe)
 - Umsetzung **verbindender Erlebniselemente** im öffentlichen Raum



Blitzlichter zum Maßnahmenprogramm

Handlungsfeld 1: Management, Struktur

- **L.1 Schaffung einer Destinationsmanagementorganisation Braunschweiger Land**
- „Sensibilisierungs-Offensive“ in der **Politik**
- Bildung wettbewerbsfähiger **lokaler touristischer Einheiten/Arbeitsgemeinschaften**
- Förderung des **Tourismusbewusstseins** in der Bevölkerung

Handlungsfeld 2: Netzwerk, Kooperation

- Erstellung einer **Innenkommunikationsstrategie** Braunschweiger Land
- Verbesserung der **Netzwerkstrukturen** in der Destination
- Fortführung der **Interessensvertretung** in überregionalen Gremien



Wie kann die Umsetzung gelingen?

Schlussfolgerung

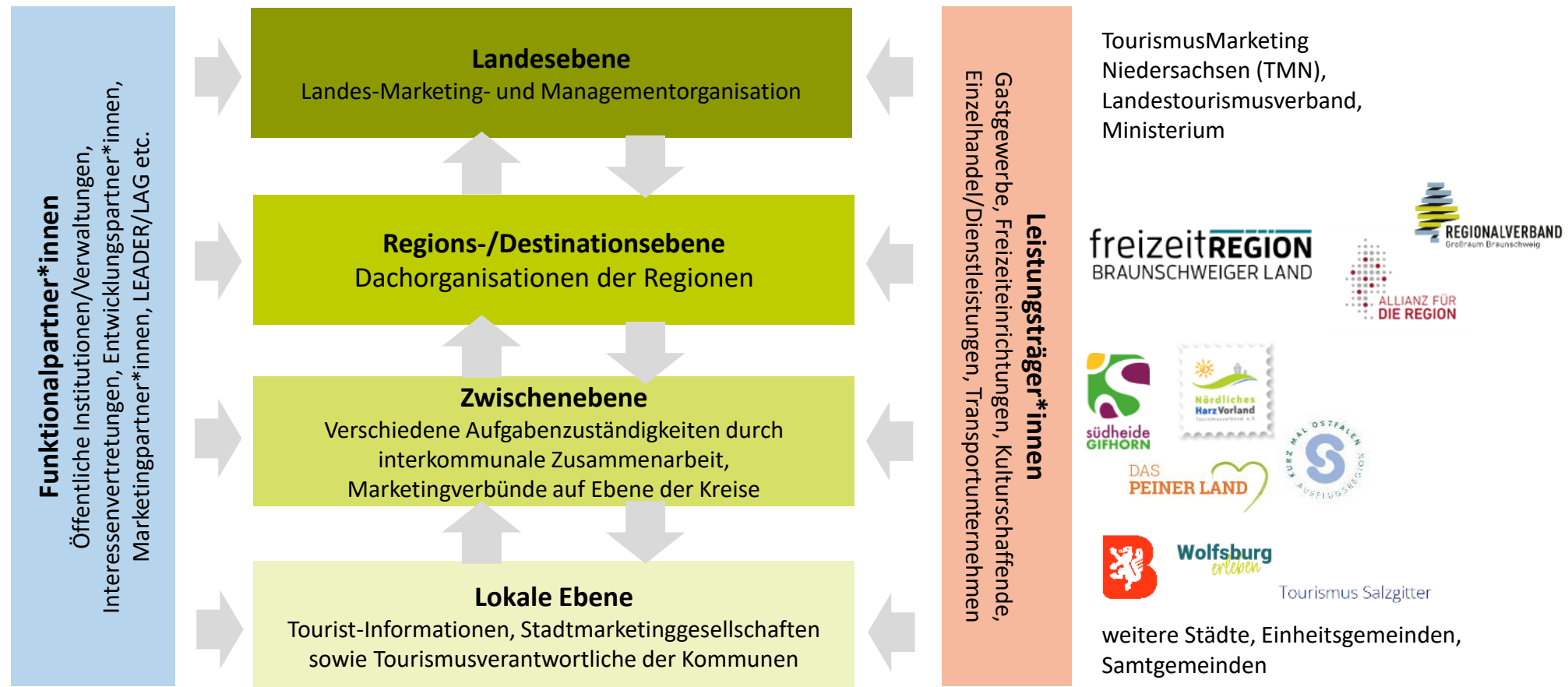
Die Maßnahmen des regionalen Naherholungs- und Tourismuskonzepts können dann erreicht bzw. umgesetzt werden, wenn alle Akteure gemeinsam „an einem Strang“ ziehen

+

Für die künftige Entwicklung des Tourismus und der regionalen Naherholung ist eine tragfähige Organisations- und Finanzierungsstruktur erforderlich

Strukturen und Akteure

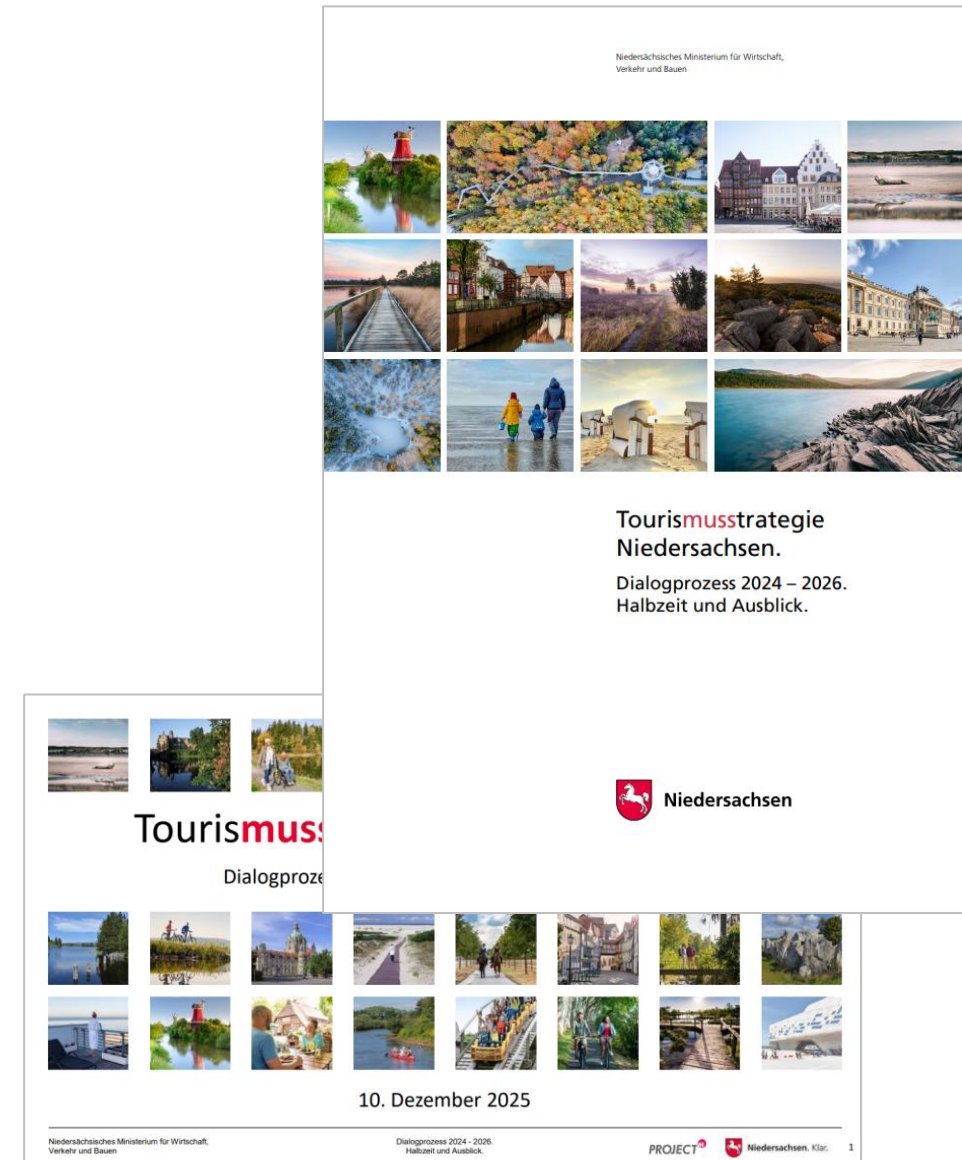
(Touristische) Akteure Braunschweiger Land



Rahmenbedingungen

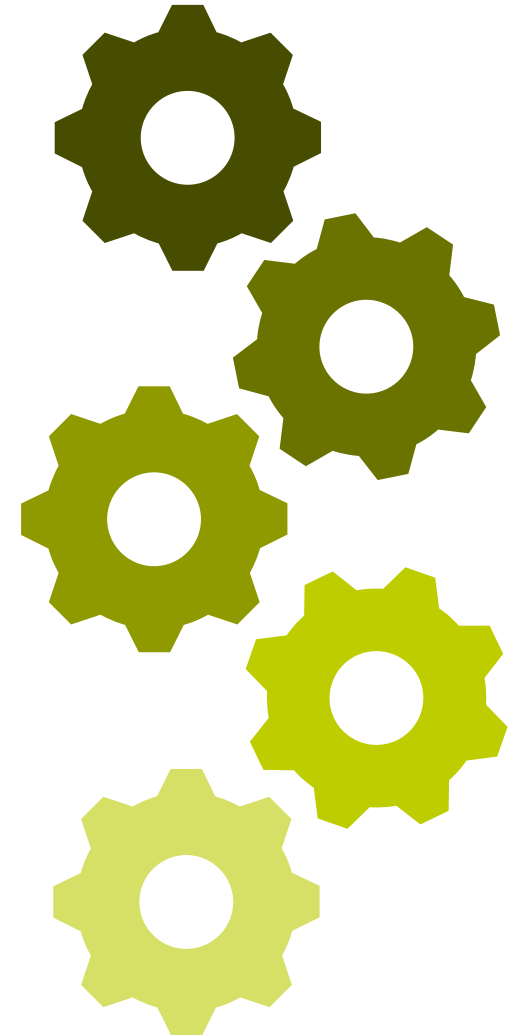
Rahmenbedingungen

- Viele Destinationen in Deutschland stellen ihre Tourismusstrukturen neu auf, die öffentliche Tourismusförderung ist zunehmend an **Kriterien leistungsfähiger Destinationen** geknüpft
- Aktuell in Fortschreibung befindliche **Tourismusstrategie Niedersachsen** (Dialogprozess 2024 – 2026. Halbzeit und Ausblick.) sieht den Aufbau starker, wettbewerbsfähiger Destinationen vor; angedacht:
 - Entwicklung eines Aufgabenportfolios für die niedersächsischen DMOs
 - Klare Qualitäts- und Leistungskriterien, die als Grundlage für wettbewerbsfähige Destinationen dienen



Status Quo

- **Keine zentrale, verbindlich mandatierte und ausreichend ausgestattete DMO auf regionaler Ebene**
- **Fehlende wettbewerbsfähige Destinationsstruktur beim Abgleich mit den Kriterien anderer Bundesländer** (Marktstärke der Region zwar vorhanden (Übernachtungen, Betten, Tagesgäste) aber Anforderungen an Managementstärke werden nicht erfüllt (personelle Ausstattung, Budget)
- **Historisch gewachsene teilgebietsbezogenen Tourismusstrukturen im Braunschweiger Land** mit unterschiedlichen Aufgabenprofilen und Ressourcen, teilweise Überschneidungen in der Arbeitsteilung zwischen regionaler und teilgebietsbezogener Ebene
- **Kein konsistentes Destinationsverständnis nach innen noch nach außen**



Gutachterempfehlungen für das Braunschweiger Land

(1) Mittelfristig Aufbau einer wettbewerbsfähigen Destinationsmanagementorganisation (DMO)

- **DMO als Organisation für die Entwicklung des Tourismus als Wirtschaftsfaktor und für den Standort als Freizeit- und Erholungsraum (Fokus regionale Naherholung und Regionaltourismus der Bewohner)**
- **Voraussetzungen für eine leistungsfähige DMO: Mehr Ressourcen und Kompetenzen auf regionaler Ebene**
 - Höhe wird sich aus dem künftigen Aufgabenprofil und den Anforderungen der Landesebene ableiten lassen)
 - Verlässliche Grundfinanzierung, ergänzend produkt- und themenbezogene Beiträge, flankierend Fördermittel
- **Nächster Schritt: Gemeinsame Entwicklung eines vertiefendes, mit Fördermitteln finanzierten Konzepts zur Entwicklung eines Organisationsmodells der Zukunft** mit allen Details, anknüpfend an das regionale Naherholungs- und Tourismuskonzept

Gutachterempfehlungen für das Braunschweiger Land

(2) Kurzfristiger Handlungsbedarf auf regionaler Ebene zur Sicherung regionaler Tourismusaufgaben

- **Hintergrund:** Operatives Tourismusmarketing des TourismusRegion BraunschweigerLAND e. V. erfolgt derzeit im Rahmen einer Dienstleistungsvereinbarung (DLV) mit der Allianz für die Region GmbH, diese wird in ihrer bisherigen Form über den 31.12.2026 unter den jetzigen Rahmenbedingungen nicht fortgeführt werden können
- **Es braucht eine tragfähige Lösung für die kontinuierliche Wahrnehmung der regionalen Aufgaben und deren Finanzierung (Destinationsmarketing, Datenmanagement, Interessenvertretung etc.)**

(3) Weitere kurzfristige Prozessschritte zur Optimierung der Ausgangssituation

- **Bündelung von Aktivitäten zwischen der regionalen Ebene und den Teilgebieten (effizienter Ressourceneinsatz)**
- **Entwicklung von Personalstellen auf regionaler Ebene zur Optimierung des Status Quo**

Auf den Punkt gebracht.

Das heißt jetzt...

- **Tourismus und regionale Naherholung sind zentrale Wirtschafts- und Standortthemen** und können – gemeinsam gedacht – vielfältig Synergien für die Region erzeugen.
- **Das regionale Naherholungs- und Tourismuskonzept schafft den Rahmen** für die gemeinsame Weiterentwicklung der regionalen Naherholung und des Tourismus.
- **Entscheidung der zukünftigen regionalen Organisationsstruktur beeinflussen die Umsetzung des Konzepts maßgeblich.**
- **Die Maßnahmen können dann erreicht bzw. umgesetzt werden, wenn alle Akteure gemeinsam „an einem Strang“ ziehen;** dafür braucht es eine enge Zusammenarbeit zwischen den regionalen Partnern, den Landkreisen und kreisfreien Städten sowie den touristischen Akteuren der Teilgebiete, den lokalen Städten und Gemeinden sowie zahlreichen weiteren Akteuren und Partnern (z. B. LAG/LEADER-Regionen)

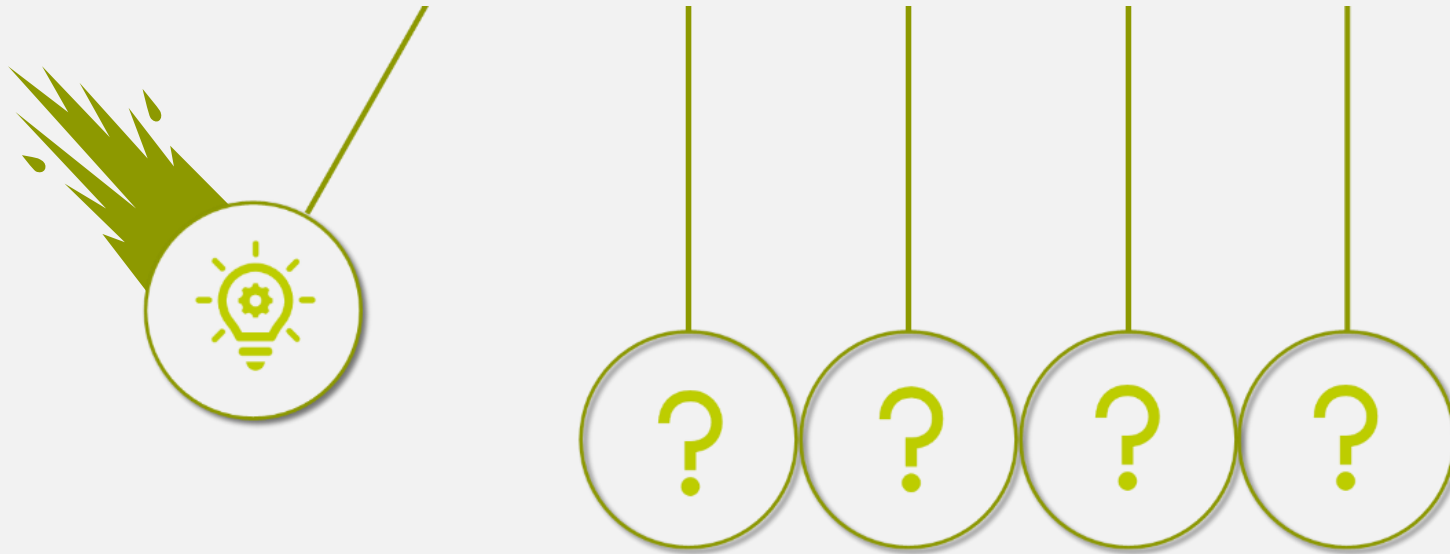
Kurzfassung



Langfassung

Fragen?

Haben Sie Fragen?



Agenda

Dialogforum

Dialogforum

Robert Wenzel

TourismusMarketing
Niedersachsen GmbH
Leiter Nachhaltigkeit



© TMN



Jörn Pache

TourismusRegion
BraunschweigerLAND e. V.
Vorstandsvorsitzender



© Südheide Gifhorn
GmbH/Frank Bierstedt



© RVR



Ralf Sygusch

Regionalverband Großraum
Braunschweig
Verbandsdirektor



Jan-Christoph Ahrens

TourismusRegion
BraunschweigerLAND e. V.
Geschäftsstellenleiter



© Tourismusregion
Braunschweiger LAND e.

Vielen Dank!

*Dieses Dokument ist Teil der
Präsentation und ohne die mündliche
Erläuterung unvollständig*

www.bte-tourismus.de

