

### **Hintergrundpapier "Gründung der Tourismusagentur Nordsee GmbH"**

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

Mit der Entwicklung des Masterplans Tourismus für die niedersächsische Nordsee inkl. der Seestadt Bremerhaven hat die Region im Jahr 2018 erstmals für das gesamte Gebiet eine touristische Zukunftsstrategie erstellt. Als eine zentrale Maßnahme für die Umsetzung des Masterplans soll nunmehr die Tourismusagentur Nordsee GmbH (TANO) von den oben bezeichneten zum 01.01.2022 gegründet werden. Die TANO hat die Aufgabe, das Destinationsmarketing und das Destinationsmanagement für das gesamte Gebiet zu koordinieren und gemeinsam mit den touristischen Akteuren in der Region umzusetzen. Nicht zuletzt durch einen gemeinsamen Marktauftritt mit einer von allen Partnern genutzten Familienmarke sowie durch nationale und internationale Marketingkampagnen soll die Marktposition des norddeutschen Küstenraums gestärkt und ausgebaut werden.

Die Grundlagen der TANO und die Vorbereitung der Gründung wurden durch den Tourismusverband Nordsee e.V. initiiert und von mehreren Teilregionen sowie dem Land Niedersachsen finanziell unterstützt. Maßgeblich eingebunden waren u.a. die Industrie- und Handelskammern, vertreten durch die Oldenburgische IHK, die touristischen Dachmarketingorganisationen Die Nordsee GmbH, Ostfriesland Tourismus GmbH, Ostfriesische Inseln GmbH, die Regionen Ammerland, Cuxland und Wesermarsch sowie die Erlebnis Bremerhaven GmbH. Die tourismusfachliche und juristische Begleitung erfolgte durch ein Team von PROJECT M, Saint Elmo`s Tourismusmarketing und Baker Tilly.