

Die wichtigste Destination ist der Kopf unserer Gäste

Destinationen im Wandel: NordseeTourismusTag 2026 sendet starkes Signal aus Leer

Leer, 18.02.2026 – „Destination im Wandel – Zwischen Wunsch und Wirklichkeit“: Unter diesem Leitmotiv versammelte die Tourismus-Agentur Nordsee GmbH (TANO) mehr als 200 Vertreter aus Tourismus, Politik und Wirtschaft zum dritten NordseeTourismusTag im SparkassenForum Leer. Die Tagung machte einmal mehr deutlich, dass der Tourismus an der niedersächsischen Nordseeküste vor tiefgreifenden Veränderungen steht – und die Branche diese aktiv gestalten will. Im Mittelpunkt standen Zukunftsfragen zu Infrastruktur, Mobilität, Nachhaltigkeit, Künstlicher Intelligenz und politischer Rahmgebung. Ein Höhepunkt war die Verleihung des Tourismus-Awards „Goldenes Leuchtfeuer“, das in diesem Jahr als Jurypreis nach Norderney ging und als Publikumspreis an bessergrün vergeben wurde.

Den Auftakt setzte TANO-Geschäftsführer Mario Schiefelbein gemeinsam mit der TANO-Digitalisierungsmanagerin Eva Forkel unter dem Titel „Next in Travel“. Ihre Botschaft: Die Transformation beginnt nicht bei Technologien – sondern bei Haltung und strategischer Klarheit. „Die wichtigste Destination ist der Kopf unserer Gäste“, betonte Schiefelbein. Wer im digitalen Zeitalter bestehen wolle, müsse Sichtbarkeit, Erlebnisqualität und Kooperation neu denken. „Wir müssen jetzt die notwendigen Ressourcen schaffen, um unter dem stetigen technischen Wandel mit Blick auf KI nicht abgehängt zu werden.“ Ein erstes konkretes Beispiel ist der KI-Bot „OpenClaw“, der im Rahmen der Veranstaltung live demonstriert wurde.

KI als Gamechanger: „80 bis 90 Prozent aller Computer-Arbeiten sind automatisierbar“

Wie radikal sich die Branche verändert, zeigte der KI- und SEO-Experte Finn Hillebrandt in einer eindrucksvollen Live-Demonstration. KI-Agenten entwickelten sich vom Werkzeug zum eigenständigen digitalen Mitarbeitenden. „KI-Agenten können jetzt schon 80 bis 90 Prozent aller Computer-Arbeiten erledigen“, erklärte Hillebrandt. „Wir sind an einem Punkt, an dem KI-Modelle intelligenter werden als Menschen. In wenigen Jahren wird ein KI-Modell intelligenter sein als die gesamte Menschheit.“ Was provokant klingt, wurde praxisnah unterlegt: von automatisierter Gästekommunikation über personalisierte Reiseplanung bis hin zu internen Prozessoptimierungen. „Es ist für mich manchmal komisch, Sachen noch manuell zu machen“, so Hillebrandt. Gleichzeitig wurde deutlich: Technologie ersetzt keine Erlebnisse. „Die Gäste wollen Erlebnisse – das kann KI nicht“, betonte zum Beispiel Martina Salie in ihrem Vortrag zu Filmführungen in der „Krimi-Stadt“ Leer.

Politischer Rückenwind für den Tourismus

Mit klaren Worten ordnete die Bundestagsabgeordnete Anja Karliczek und Vorsitzende des Tourismusausschusses des Deutschen Bundestages die Entwicklungen ein: „Nicht nur Ihre Region oder Ihre Branche ist im Wandel – alles ist im Wandel.“ Sie verwies auf die neue nationale Tourismusstrategie, die erstmals im Bundeskabinett verabschiedet wurde und damit ressortübergreifend Verbindlichkeit besitzt. Ziel sei es, insbesondere kleine und mittelständische Strukturen zu stärken, Bürokratie abzubauen und Vertrauen in regionale Entscheidungskompetenzen zu setzen: „Wir wollen ganz bewusst wieder Vertrauen schenken. Jeder von Ihnen weiß am besten, wie der Tourismus vor Ort funktioniert.“ Zugleich betonte sie die Bedeutung der Nordsee als Natur- und Sehnsuchtsraum: „Sie haben mit der Naturlandschaft Nordsee ein Kleinod von unschätzbarem Wert.“ Es sei wichtig, die niedersächsische Nordseeregion durch einen starken Verbund wie der TANO zu einer Marke zu entwickeln, die man überall kennt. Auch der Aufsichtsratsvorsitzende der TANO, Landrat

Holger Heymann, unterstrich die steigende politische Bedeutung: „Man merkt zunehmend, dass Tourismus politisch an Stellenwert gewinnt, aber das muss nun auch so weitergehen.“ Gleichzeitig müsse Destinationsmanagement breiter gedacht werden: „Nicht nur in Übernachtungszahlen – wir müssen auch an die Einheimischen denken.“ Matthias Groote, Landrat des Landkreises Leer, brachte es auf den Punkt: „Infrastruktur – das ist eines der Hauptthemen, an die wir ranmüssen.“

Erfolgreiche Transformationen: Lernen vom Harz und von Kopenhagen

Wie langfristiger Strukturwandel gelingen kann, zeigte Carola Schmidt, Geschäftsführerin des Harzer Tourismusverbandes. Unter dem Titel „Imageentwicklung und Waldtransformation – Die Tourismusregion Harz im stetigen Wandel“ schilderte sie eindrucksvoll, wie sich eine Destination über Jahrzehnte neu positioniert – vom „angestaubten Image“ hin zu neuen Erlebnisformaten, Investitionen in Infrastruktur und strategischem Marketing. Trotz massiver Herausforderungen – Waldwandel, Klimaanpassung, Arbeitskräftemangel – bleibe der Tourismus ein zentraler Wirtschaftsfaktor. Ihr Fazit: Wandel gelinge nur gemeinsam, durch Kooperation und institutionalisierte Zusammenarbeit.

International inspirierend wirkte zudem das Projekt „CopenPay“, vorgestellt von Jonas Løvschall-Wedel von der Tourismusorganisation Wonderful Copenhagen. Das Konzept belohnt nachhaltiges Verhalten von Gästen – etwa Anreise mit öffentlichen Verkehrsmitteln oder umweltbewusstes Verhalten – mit Vorteilen bei Attraktionen. Ein innovativer Ansatz zur Besucherlenkung und aktiven Nachhaltigkeitssteuerung, der nun auch in deutschen Destinationen Anwendung finden wird. Dass Nachhaltigkeit aber weit über Umweltbewusstsein hinaus gehen muss, veranschaulichte Ben Förtsch vom besonders nachhaltig aufgestellten Hotel Luise in Erlangen.

Goldenes Leuchtf Feuer: Norderney und bessergrün überzeugen

Mit Spannung erwartet wurde die Verleihung des Tourismus-Awards „Goldenes Leuchtf Feuer“. Der Jurypreis ging an die Staatsbad Norderney GmbH für das Projekt „NEYWORK – Tiny Workspaces“. Das Konzept positioniert Norderney als Workation-Destination und schafft professionelle, mobile Arbeitsorte in inspirierender Inselumgebung. Der Publikumspreis, für den knapp 450 Touristiker abgestimmt hatten, ging an das bessergrün-Projekt „Bergung von Geisternetzen“. 2025 wurde das Projekt grundlegend erweitert und ermöglicht nun erstmals auch Gästen die aktive Teilnahme am Meeresschutz. TANO-Geschäftsführer Mario Schiefelbein zeigte sich beeindruckt: „Die nominierten Projekte zeigen, mit welcher Kreativität und welchem Engagement unsere Partner die Region voranbringen.“

Netzwerk stärken, Zukunft gestalten

Bereits am Vorabend hatten sich zahlreiche Teilnehmer zum Get-together in der Texas Riverranch getroffen. In entspannter Atmosphäre konnten bestehende Kontakte vertieft und neue geknüpft werden – ein wichtiger Baustein für die weitere erfolgreiche Zusammenarbeit in der Region. Unterstützt wurde das Branchenevent von MK Illumination, Holidu Smart Destination, Berlin Druck und dem Autohaus Tekken. Die TANO plant bereits jetzt den vierten NordseeTourismusTag, der 2027 an einem anderen Standort in der Region stattfinden wird.

Über die Tourismus-Agentur Nordsee GmbH

Die Tourismus-Agentur Nordsee GmbH (TANO) wurde am 24.01.2022 gegründet und nahm Ende 2022 die Arbeit auf. Sie ist die flächendeckende touristische Organisation für Destinationsmanagement und -marketing an der niedersächsischen Nordseeküste. Ihre Gesellschafter sind die sieben Landkreise Ammerland, Aurich, Cuxhaven, Friesland, Leer, Wesermarsch und Wittmund sowie die kreisfreie Stadt Wilhelmshaven und die Seestadt Bremerhaven.

Pressekontakt

Tourismus-Agentur Nordsee GmbH
Börsenstraße 7, 26382 Wilhelmshaven
presse@tano.travel
Tel.: 04421 3596811