



Einsteigen bitte! – Tourismus und ÖPNV auf gemeinsamer Strecke!

Netzwerkveranstaltung TourismusMarketing Niedersachsen GmbH (TMN) und Amt für
regionale Landesentwicklung Braunschweig

Ute Reuter-Tonn – Marketing, ZVSN
Antje Jahn, Tourismusförderung und –Koordination, Landkreis Göttingen

09.10.2025

Agenda

1. Einführung ins Thema

2. Bedeutung von nachhaltiger touristischer Mobilität

3. Lösungsansätze für nachhaltige touristische Mobilität

4. Was muss sich ändern für eine bessere touristische Mobilität?

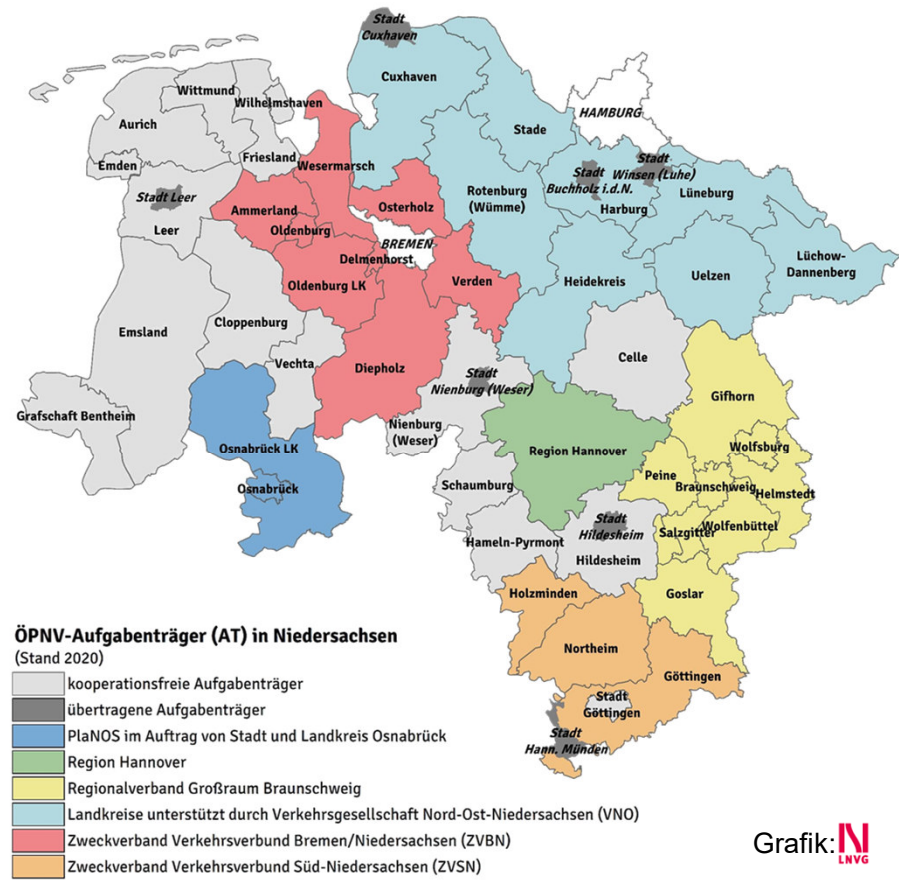
1. Das ZVSN-Gebiet in Südniedersachsen

Drei SPNV-Aufgabenträger



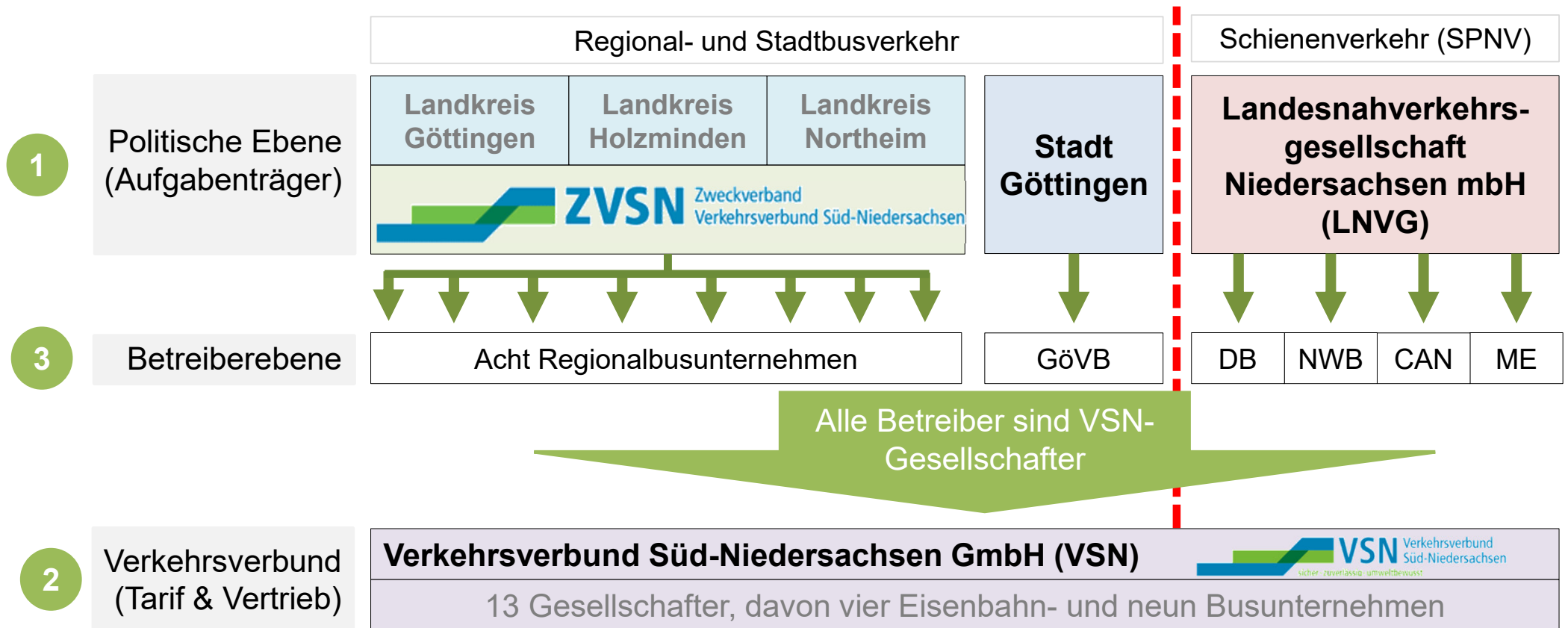
Grafik: LNVG

36 ÖPNV-Aufgabenträger



Grafik: LNVG

1. Die ÖPNV-Struktur in Süd-Niedersachsen



1. Zweckverband Verkehrsverbund Südniedersachsen vs. Verkehrsverbund Südniedersachsen



- Zweckverband Verkehrsverbund Südniedersachsen (ZVSN)
 - Aufgabenträger der Landkreise Göttingen, Holzminden, Northeim
 - Aufgaben: Planung, Koordination und Finanzierung des regionalen ÖPNV
 - Fokus: Strategische Entwicklung, Tarifkoordination, Projektförderung
 - Beispiel: Vergabe von Linienbündeln, Planung neuer Mobilitätsstationen, Öffentlichkeitsarbeit zu regionalen ÖPNV-Projekten
- Verkehrsverbund Südniedersachsen (VSN)
 - Öffentlich sichtbarer Verbund für Fahrgäste in den Landkreisen Göttingen, Holzminden, Northeim
 - Umsetzung des Fahrbetriebs, Ticketverkauf, Fahrpläne
 - Fokus: Kundenservice, Informationen, praktische Nutzung
 - Beispiel: Verkauf von Tickets, Information über Verbindungen, Fahrgastbetreuung

1. Tourismusförderung des Landkreises Göttingen



ZVSN Zweckverband
Verkehrsverbund Süd-Niedersachsen

1. Tourismus-Planung (Tourismuskonzepte, RROP, Regionales Entwicklungskonzept für LEADER-Regionen Osterode am Harz und Göttinger Land, Marktforschung)

Aktuell:

➤ **Entwicklung eines nachhaltigen Tourismus- und Naherholungskonzeptes für den Landkreis Göttingen und die Stadt Göttingen 2026-2033**

➤ **Digitale Besucheranalyse auf Basis von GPS-Tracking-Daten 2024 nach den Sinus-Milieus**

Analyse liefert Ergebnisse zu Einwohner*innen, Übernachtungsgästen, Kurzurlauber*innen (2-4 Tage), Tagestouristen im Hinblick auf Herkunft, Altersstruktur, Kaufkraft, Konsum- und Medienverhalten, Aufenthalt monatlich für alle Kreiskommunen und touristischen Kreisregionen (Harz, Eichsfeld, Erlebnisregion Hann. Münden, Stadt Göttingen), Hotspots der Nachfrage/des Aufenthaltes.

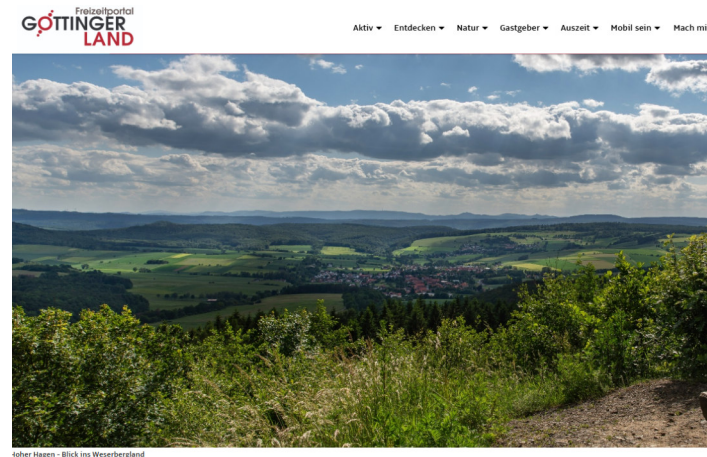
➤ **Analyse zur wirtschaftlichen Bedeutung des Tourismus für den Landkreis Göttingen**

(Bedeutung der unterschiedlichen Marktsegmente Tages- und Übernachtungstourismus, grauer Beherbergungsmarkt, Einkommens- und Beschäftigungseffekte, Steueraufkommen, Profiteur*innen des Tourismus etc.)

1. Tourismusförderung des Landkreises Göttingen

1. Tourismus-Förderung (Finanzielle Unterstützung der Tourismusverbände und Unterstützung touristischer Kommunen, Qualitätssicherung, Ausbau touristischer Infrastruktur, Netzwerke, Förderanträge, Förderberatung, Fachliche Stellungnahmen, Tourismustag zum Netzwerkaufbau)

2. Tourismus-Umsetzung (LEADER-Projektmanagement, Freizeitportal Göttinger Land www.goettingerland.de und Social Media Instagram/Facebook goettinger.land.entdecken, Öffentlichkeitsarbeit, Digitale Schnittstellen, Kooperationen)



Freizeitportal
GÖTTINGER
LAND
www.goettingerland.de

1. Touristisches Potenzial 2024

Niedersachsen Statistische Kreise* Gemeinde*	Beherber- gungs- betriebe geöffnet	Schlaf- gelegen- heiten angeboten	angebotene Schlaf- gelegen- heitentage	Gästeankünfte/Gäste		Gästeübernachtungen		Aufent- halts- dauer in Tagen
				insgesamt	Ausländer	insgesamt	Ausländer	
	1	2	3	4	5	6	7	8
155 LK Northeim	70	4.490	1.626.455	170.708	15.774	448.874	26.973	2,6
159 LK Göttingen	186	11.861	4.274.551	423.179	42.362	1.252.306	130.161	2,9
159016 Göttingen, Stadt	33	4.417	1.606.281	410.133	64.662	695.991	122.341	1,6
255 LK Holzminden	44	3.523	1.263.348	80.631	5.922	197.865	23.011	2,5
3 Landkreise und Stadt Göttingen zusammen	333	24.291	8.770.635	1.084.651	128.720	2.595.306	302.486	2,3

Anmerkung:

Zahlen des Statistischen Landesamtes für Gästeübernachtungen in gewerblichen Übernachtungsbetrieben mit mehr als 10 Betten.

Bisher nicht erfasst und betrachtet:

- Grauer Beherbergungsmarkt: Gästepotenzial in Ferienwohnungen, Privatunterkünften, Wohnmobilen
- Tagestourismus
- Freizeit- und Naherholung

Agenda

1. Einführung ins Thema

2. Bedeutung von nachhaltiger touristischer Mobilität

3. Lösungsansätze für nachhaltige touristische Mobilität

4. Was muss sich ändern für eine bessere touristische Mobilität?

2. Bedeutung von nachhaltiger touristischer Mobilität

- Erreichbarkeit als Grundvoraussetzung für touristische Attraktivität
- Rolle von Mobilität für Gästeerlebnis und Aufenthaltsqualität
- Besondere Herausforderungen in ländlichen Räumen

2. Bedeutung von nachhaltiger touristischer Mobilität

- Erreichbarkeit als Grundvoraussetzung für touristische Attraktivität
- Dadurch weitere Erschließung von Zielgruppen, v. a. derjenigen, die kein Auto haben (z.B. Student*innen, alte Menschen, Auszubildende, Haushalte mit zwei Erwerbstätigen ohne Zweitwagen, Haushalte, die kein Auto haben möchten etc.)
- Besucherlenkung durch ÖPNV (ÖPNV-Haltepunkte sind Ausgangspunkte für touristische Routen)
- Alle zusätzlichen Angebote des ÖPNV kommen auch der Bevölkerung zugute. (z.B. Erreichbarkeit von Ausflugszielen)

2. Bedeutung von nachhaltiger touristischer Mobilität

- Lebensqualität der Einheimischen steigt: Reduzierung von CO₂-Belastung, Lärm und Verkehrsbelastung (Beispiel: Schnee am Wochenende im Harz bedeutet verstopfte Zufahrtsstraßen)
- Gästerlebnis & Aufenthaltsqualität steigt
 - Komfortable, barrierefreie und klimafreundliche Fahrzeuge
 - Flexible Taktungen ermöglichen spontane Ausflüge & Abendaktivitäten
 - Reduzierung von Stress und Parkplatzproblemen - bessere Aufenthaltsqualität
- Nachhaltige Mobilität könnte zur Markenbildung einer „**Green Destination**“ beitragen und passt gut zu unseren Destinationen, die insbesondere mit Natur werben (Naturparke Solling-Vogler und Münden, Natur- und Nationalpark Harz etc.)

Agenda

1. Einführung ins Thema

2. Bedeutung von nachhaltiger touristischer Mobilität

3. Lösungsansätze für nachhaltige touristische Mobilität

4. Was muss sich ändern für eine bessere touristische Mobilität?

3. Lösungsansätze für nachhaltige touristische Mobilität

1. Flexibel und komfortabel

- Anpassungsfähigkeit der Transportmittel an verschiedene Bedürfnisse
- Häufigkeit und Zuverlässigkeit der Verbindungen
- Komfortable Ausstattung der Verkehrsmittel (z. B. Klimaanlage, WLAN, Mitnahme von Fahrrad, Kinderwagen, Sportgeräten etc.)
- Einladende, saubere, sichere, überdachte Haltestellen mit Sitzplätzen, Beleuchtung, Echtzeitinfos und barrierefreiem Zugang (Ute Reuter-Tonn)

2. Kosten

- Erschwingliche Tarife für Touristen
- Flexible Ticketmodelle (z. B. Tageskarten, Rabattaktionen)
- Kostenlose oder vergünstigte Angebote für Gruppen, z.B. HATIX

<https://www.hatix.info/>

3. Lösungsansätze für nachhaltige touristische Mobilität

3. Integration verschiedener Verkehrsmittel

- ▶ Vernetzung von öffentlichen Verkehrsmitteln, Fahrrädern, Taxis und Carsharing
- ▶ Einheitliche Ticket- und Buchungssysteme
- ▶ Nahtlose Umsteigemöglichkeiten

4. Informationssysteme

- ▶ Echtzeit-Informationen zu Fahrplänen und Routen
- ▶ Mehrsprachige Informationsangebote
- ▶ Digitale Apps und Online-Plattformen für die Routenplanung
- ▶ Fahrplanabfragen: Routenplaner, aktuelle Fahrpläne, Ticketinformationen
- ▶ Angebote: Broschüren, Karten, individuelle Beratung, Auskünfte über Fahrpläne und Verbindungen

5. Neuaufstellung des Nahverkehrsplans für Südniedersachsen bis Ende 2026: Integration touristischer Bedarfe mit Prognose des Tourismusmarktes

3. Lösungsansätze für nachhaltige touristische Mobilität

6. Barrierefreiheit

- Zugänglichkeit für alle Menschen
- Rollstuhlgerechte Fahrzeuge und Haltestellen
- Einfache Nutzung für ältere Menschen und Familien mit Kindern

7. Sicherheit

- Sichere Verkehrswege und Fahrzeuge
- Notfallmanagement und Erste-Hilfe-Stationen
- Gutes Beleuchtungskonzept und gut beleuchtete Haltestellen

3. Lösungsansätze für nachhaltige touristische Mobilität

8. Kooperationen

- Museen, Kunstgalerien, Theater
- Multimedia-Informationssysteme: In größeren Museen oder Kulturzentren gibt es oft digitale Informationssysteme, die einen Überblick über die Region und auch regionale ÖPNV-Angebote bieten.
- Broschüren und Flyer in Geschäften, Läden und Cafés
- Tourismusorganisationen (DMO)
- Tourismuswirtschaft: Hotels, Ferienwohnungen, Freizeiteinrichtungen etc.

3. Lösungsansätze für nachhaltige touristische Mobilität

9. Marketing

Soziale Medien

- ▶ Instagram, Facebook, X (vormals Twitter): Offizielle Social-Media-Kanäle von Tourismusorganisationen, Städten und Regionen bieten aktuelle ÖPNV Informationen zu Anreisen für Veranstaltungen, Touren, zu Ausflugszielen etc. (ÖPNV-Layer Freizeitportal Göttinger Land z.B., Interaktiver Liniennetzplan des VSN)

Informationstafeln in der Stadt

- ▶ Digitale oder analoge Stelen: Informationsstationen an wichtigen Punkten der Stadt, die Auskunft über das öffentliche Verkehrsnetz geben.
- ▶ Pläne und Karten: Überall in touristischen Gebieten hängen Karten und Übersichtspläne des öffentlichen Verkehrsnetzes aus. QR-Codes zu Mobilitätswebseiten des Ortes oder der Region.

3. Lösungsansätze für nachhaltige touristische Mobilität

Bereits umgesetzte Maßnahmen:

- HATIX (Harzer Urlaubsticket) als Erfolgsmodell
- Landesbus 450 verbindet Herzberg – Bad Lauterberg - Braunlage
- Social-Media-Kooperationen mit VSN, ZVSN und touristischen Einrichtungen
- Interaktiver Liniennetzplan: Kommunikation & Bekanntmachung
- Bustaufen im Harz



3. HATIX - Mobilität im Urlaubsort und darüber hinaus

- Übernachtungsgäste zahlen Gästebeitrag in teilnehmenden Gemeinden im Landkreis GS und GÖ 0,25 EUR je Nacht
- Managementaufwand der Harz AG = 0,02 € für Verwaltung, Support und Marketing, Ausschüttung des Restbetrages an die beteiligten Verkehrsunternehmen bzw. Aufgabenträger
- Die Übernachtungsgäste können auf allen Buslinien, die im HATIX-Liniennetzplan ausgewiesen sind, kostenfrei Bus fahren (SPNV-Option seit Sommer 2024)
- Keine HATIX-interne Differenzierung, d.h. die räumliche Gültigkeit ist bei allen an HATIX-teilnehmenden Gemeinden identisch



3. Besonderheit im Harz: HATIX für Übernachtungsgäste

➤ Hatix für Übernachtungsgäste im Harz

- Kostenfreier ÖPNV für Übernachtungsgäste in Bad Grund, Bad Lauterberg, Osterode und Walkenried
- Kostenersparnis
- Erhöhung der Mobilität
- Erleichterte Planung und Flexibilität



➤ Zusatzticket HATIX+Schiene

- Tagesticket - 3,00 € für die erste Person
- jede weitere Person - 1,50 € für (max. 5 Personen)
- Erhältlich an Fahrkartenautomaten an den betroffenen Bahnhöfen und in den Bussen im Südharz
- HATIX+Schiene gilt für die Streckenabschnitte Walkenried – Herzberg (Harz) – Wulften RB 80/RB81) sowie Herzberg (Harz) – Osterode am Harz – Seesen (RB 46)

3. Der neue Landesbus 450

- Direkte Verbindung Herzberg – Bad Lauterberg - Braunlage, umsteigefrei über Kreisgrenzen
- Zweistundentakt: werktags 5:22–23:19 Uhr, Wochenende 7:22–23:19 Uhr
- Moderne, barrierefreie Fahrzeuge mit WLAN, klimafreundliche Alternative zum Auto
- Bessere Erreichbarkeit touristischer Ziele im Harz
- Stärkung der touristischen Infrastruktur in Herzberg, Bad Lauterberg & Braunlage
- Flexibilität & Komfort für Urlauber, Pendler und Einheimische
- Direkter Anschluss von Braunlage an das Bahnnetz in Herzberg: erleichtert umweltfreundliches Reisen
- Förderung durch Land Niedersachsen, Kooperation ZVSN & Regionalverband Braunschweig



gefördert durch:



3. Bustaufen im Harz

- Individuelle Busnamen für mehr Identifikation
 - Jeder Bus trägt künftig einen Ortsnamen
- Stärkung regionaler Identität
 - Jeder Bus wird ein „Botschafter“ seines Ortes
 - Weckt Interesse an weniger bekannten Zielen (z. B. kleineren Harzorten)
- Touristischer Reiz & Wiedererkennungswert
 - Individuell benannte, farblich auffällige Busse sorgen für Fotomotive und Gesprächsthemen
 - Positive Wirkung auf das Image des öffentlichen Nahverkehrs in der Region
- Nachhaltige Mobilität mit Bezug zur Region
 - Animiert Touristen, das Auto stehen zu lassen
 - Öffentlicher Nahverkehr wirkt einladender, moderner und persönlicher



Social-Media-Kooperationen mit ZVSN, VSN und touristischen Einrichtungen



ZVSN Zweckverband
Verkehrsverbund Süd-Niedersachsen

**Kampagne „FerienGlück –
draußen unterwegs mit Bus & Bahn“**

Zeitraum: Juli & August

Kanäle: Facebook & Instagram

- WanderDienstag – Jede Woche eine neue Wandertour, erreichbar mit dem ÖPNV



3. Social-Media-Kooperationen mit ZVSN, VSN und touristischen Einrichtungen



ZVSN Zweckverband
Verkehrsverbund Süd-Niedersachsen

Kampagne „FerienGlück – draußen unterwegs mit Bus & Bahn“

- EntdeckerDonnerstag – Jeden Donnerstag ein spannendes Ausflugsziel mit Bus & Bahn

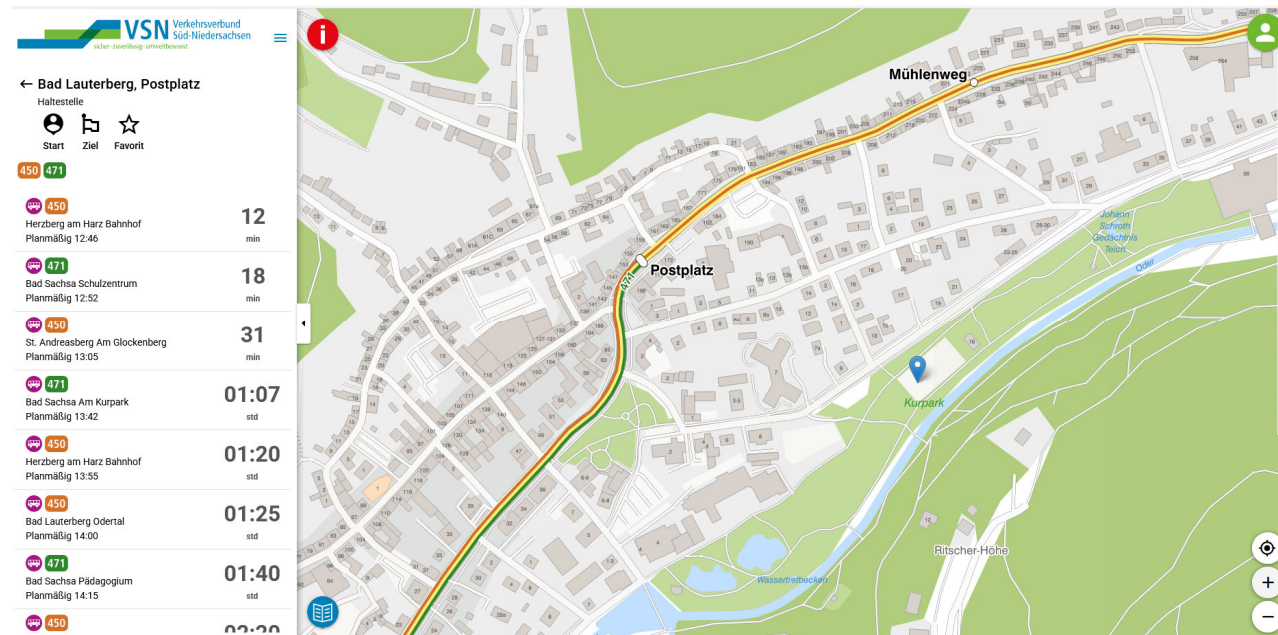
Ziele der Kampagne

- Bekanntmachung des interaktiven Liniennetzplans
- Darstellung: Viele Ziele sind mit Bus & Bahn erreichbar
- Motivation: Auto kann Pause machen



3. Interaktiver Liniennetzplan – Mehrwert für den Tourismus

- Zeigt die jeweils nächstgelegene Haltestelle übersichtlich an
- Visualisiert alle verfügbaren Verkehrsverbindungen an jedem Standort
- Bietet Echtzeitinformationen zu Abfahrten, Verspätungen und Störungen
- Verknüpft den ÖPNV mit touristischen Highlights und Sehenswürdigkeiten
- Unterstützt Reisende bei der einfachen Planung und Orientierung vor Ort
- Fördert nachhaltige Mobilität und ein zeitgemäßes Besuchserlebnis



- <https://netzplan.vsninfo.de/maps/tlnp>

3. Buswandern mit dem interaktivem Liniennetzplan



ZVSN Zweckverband
Verkehrsverbund Süd-Niedersachsen

1. Integration in die eigene Website oder App

- Hotels, Ferienwohnungen oder Tourismusbüros binden den interaktiven Liniennetzplan direkt auf ihrer Website ein - Gäste erhalten bequem die besten Verbindungen zu Sehenswürdigkeiten, Wanderrouen oder Restaurants

2. Erleichterung für spontane Ausflüge

- Gäste sehen vor Ort, welche Haltestellen in der Nähe liegen und welche Sehenswürdigkeiten leicht erreichbar sind - Echtzeitinformationen (Fahrplan, Verspätungen) sorgen für eine stressfreie Planung

3. Marketing & Zusatzangebote

- Hotels oder Tourist-Infos markieren „empfohlene Tagesausflüge“ im Liniennetzplan - Rabattaktionen oder Kooperationen mit Leistungsträgern können direkt im Plan hervorgehoben werden

4. Integration in Marketingmaterialien

- Interaktive QR-Codes auf Flyern, Infotafeln oder im Zimmer: Gäste scannen und landen direkt beim Liniennetzplan mit personalisierten Tipps

Harz nah dran
Mit dem Bus durch den Harz

Aktuelles Tipps Linien HATIX App

Wandertipps für große und kleine Touren

Von Bad Grund nach Lerbach
22,5 km | 6 Stunden | schwer 445 400
Von Bad Grund aus führt der Weg über den Albturm und die Kuckhölzklippe mit herrlicher Aussicht nach Lerbach.
Weiterlesen...

Rundweg bei Herzberg
11,5 km | 2,5 Stunden | leicht 350
Der Seelengrad bei Herzberg führt zu einem besinnlichen Spaziergang durch den Buchenwald des Südharzes ein.
Weiterlesen...

Von Osterode nach Herzberg
13 km | 3 Stunden | leicht 450 451 454 457 458 462
Der Kartwandweg erschließt die einzigartige Gipskarstlandschaft im Südharz.
Weiterlesen...

Von Bad Grund nach Lerbach
Von Bad Grund vorbei am Albturm und der Kuckhölzklippe mit herrlicher Aussicht nach Lerbach.
Der Harzer Baudensteig führt an zahlreichen Bächen (Wandergaststätten) vorbei und beschert dem Wanderer ein herrliches Tagesgeschehen. Der Einstieg befindet sich in Bad Grund. Die abwechslungsreiche Geschichte des Harzer Kalk- und Urtauberges Bad Grund ist eng mit dem Harzer Kalkmaße verbunden. Eisenzeu wurden bis in das Jahr 1885 abgebaut. Mitte der 1980er Jahre begann man mit der Heilbollentherapie. Einzigartig im Harz ist auch der Exotenwald „WeltWald Harz“. 400 Gehölzarten aus aller Welt wachsen in einem rund 100 Hektar großen parkartigen Wald. Es ist die bedeutendste Anlage dieser Art in Europa. Auch für Kinder hat Bad Grund einiges zu bieten, z.B. das Sagen- und Märchenland, wo jedes Märchenhaus und alle Märchenfiguren in Handarbeit hergestellt wurden.
Eine Besonderheit ist das HöhlenErlebnisZentrum „Berger Tropfsteinhöhle“. Sogar eine Schneeballschlacht im Sommer ist möglich – mit Schnee aus ehemaligen Gletschertöpfen. Gründe genug, um einen Tag in Bad Grund zu verbringen, bevor die erste Erspähe des Baudensteiges von Bad Grund nach Lerbach in Angriff genommen wird. Es ist die längste Etappe, aber für eine Einkehr im Albturm, der ersten Baude am Baudensteig, reicht die Zeit allemal.
Weitere Infos
www.harzer-baudensteig.de
Text
Harzer Tourismusverband e.V.

Übersicht
Startpunkt
Endpunkt
Wanderung
+ ca. 22 km
+ 6,5 Stunden
+ Downloads
Linienflyer
Linienflyer
Zur Online-Karte

Beispiel in <https://harz-nah-dran.de/>

3. Die Preise

- Keine Fahrkarte kostet mehr als 5 Euro
- Tageskarte für 5 Personen für das gesamte Netz (Landkreise Göttingen, Holzminden, Northeim)
- Preisvorteil bei mehreren Personen: Der Preis für die Tageskarte sinkt mit der Anzahl der Mitfahrer (für 5 Personen besonders attraktiv)



Welche Preisstufe für Ihre Fahrt gilt, erfahren Sie rund um die Uhr über die VSN-Preisankunft:
www.vsninfo.de/preisankunft

Agenda

1. Einführung ins Thema

2. Bedeutung von nachhaltiger touristischer Mobilität

3. Lösungsansätze für nachhaltige touristische Mobilität

4. Was muss sich ändern für eine bessere touristische Mobilität?

4. Was muss sich ändern für eine bessere touristische Mobilität?

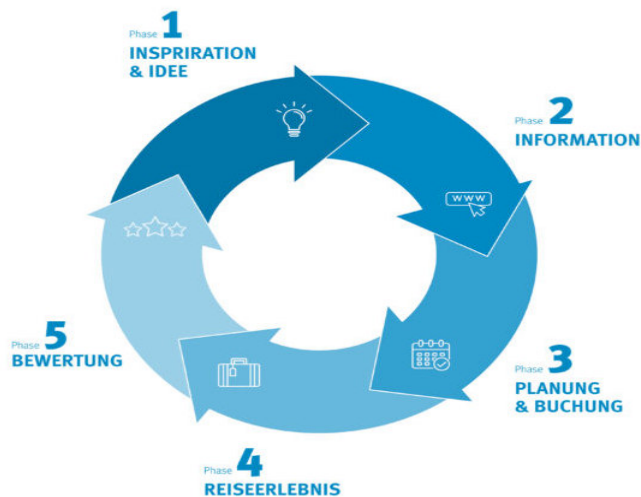
- Touristen, Freizeit- und Tagesgäste als wertschöpfende **Zielgruppe für den ÖPNV erkennen**
- **Touristische Hotspots mit dem ÖPNV erschließen**
- **Sensibilisieren und Kooperationen stärken** zwischen: Planern, Bundes-, Landes-, Kreis- und Kommunalpolitik, Ministerien, LNVG, Verkehrsträgern, Tourismusorganisationen, Tourismus- und Kulturwirtschaft
- **Verkehrsprognosen** für die Entwicklung **des Tourismusmarktes** gleichberechtigt in die Nahverkehrsplanungen der entsprechenden Planungsgebiete **aufstellen**
- **Tourismusentwicklung als Chance für den Linienhalt** und -Ausbau nutzen
- Touristische Mobilitätsentwicklung zukünftig als **Pflichtaufgabe** des Landes, der Kommunen und Landkreise definieren und die Etats entsprechend ausstatten
- **Zusätzliche finanzielle Nahverkehrsförderung** für die Erschließung touristischer und freizeitrelevanter Zielgruppen
- **Planungsbeteiligung** relevanter Akteur*innen an der Aufstellung von Nahverkehrsplänen (im ZVSN-Gebiet gut gelöst)

4. Was muss sich ändern für eine bessere touristische Mobilität?

- **Selbstverständliche Mitnahme von Freizeitgeräten** im ÖPNV schaffen (Rad, Ski, Roller, Koffer etc.)
- **Vernetzung und Kooperation aufbauen** und ggfs. **institutionalisieren**; Gemeinsam Verantwortung tragen
- **Gezielte Fördermöglichkeiten** durch das Land Niedersachsen Bundes- und EU-Programme, um nachhaltige touristische Mobilität ins Leben zu rufen und dauerhaft abzusichern
- **Zusätzliche Finanzmittel für zusätzliches Personal, Marketing, Vernetzungsstrukturen, Digitalisierung, Busse, Bahnen, Infrastrukturen**
- **Zielgruppenadäquate Angebote** schaffen
- **Langfristige Planbarkeit** absichern
- Ausreichend **Geld für Tarifautomatik** vorhalten
- **Barrierefreiheit** weiter ausbauen

4. Was muss sich ändern für eine bessere touristische Mobilität?

- Für noch mehr Fahrgäste:
Gesamtbetrachtung der Customer Journey und Einbindung aller relevanten Akteure
- Fahrgastbefragung: Kundenzufriedenheit herausfinden z. B. beim testweisen Einsatz eines Doppeldeckerbusses auf der Linie 160 zwischen Göttingen und Duderstadt



Danke für Ihre Aufmerksamkeit!

Rückfragen

Antje Jahn
Nachhaltige Regionalentwicklung/
Tourismusförderung und -Koordination
Landkreis Göttingen
Jahn.a@landkreisgoettingen.de
0551 525-3083
www.goettingerland.de

Ute Reuter-Tonn
Marketing
Zweckverband Verkehrsverbund
Süd-niedersachsen
ute.reuter-tonn@zvsn.de
0551 38948-12
www.vsninfo.de