



JAHRES BERICHT

MOIN MITNANNER!

Fachkräftemangel, Energiekrise, Digitalisierung, Corona-Pandemie, Nachhaltigkeit, Klimawandel ... die Liste ist unendlich lang, wenn es um die aktuellen Herausforderungen der Tourismusbranche geht. Ähnlich wie in den Vorjahren sind nicht wenige Betriebe von Existenzsorgen betroffen. Angesichts der Vielzahl an aktuellen Herausforderungen ist es immens wichtig, mit kreativen und schlagkräftigen Maßnahmen auf den Markt zu reagieren. Denn der Tourismus ist kein Selbstläufer und erfordert einen fortlaufenden Wandel, um sich im Wettbewerb der Regionen behaupten zu können. Dafür haben wir uns auch 2022 eingesetzt. Auf den folgenden Seiten blicken wir zurück und möchten gemeinsam mit Ihnen die letzten zwölf Monate Revue passieren lassen. Der Jahresbericht zeigt wieder ein großes und vielseitiges Aufgabenspektrum der OTG auf. So wurde die Watten-Agenda 2.0 in diesem Jahr erfolgreich abgeschlossen. Viele Projektergebnisse werden auch über die Laufzeit hinaus noch für wichtige Impulse in der Region sorgen.

Im Sommer haben wir uns für ein eigenes Teetasen-Emoji in den Sozialen Netzwerken bei der Emoji Foundation stark gemacht. Auch wenn es schlussendlich kein positives Votum gab, so war die Aktion dennoch ein voller Erfolg, denn die Medienresonanz war einfach überwältigend.

Auch im nächsten Jahr möchten wir an viele schöne Projekte und Maßnahmen anknüpfen. Um den Stellenwert unserer Branche zu verdeutlichen und die Auswirkungen der aktuellen Entwicklungen auf den Tourismus zu quantifizieren, werden wir eine neue Wirtschaftsfaktoranalyse erstellen lassen.

Alle Aktivitäten gehen natürlich nicht im Alleingang, sondern erfordern ein starkes Netzwerk mit allen touristischen Akteuren in der Region. Zusammen mit der Tourismus-Agentur Nordsee GmbH (TANO) werden wir 2023 den Herausforderungen im Tourismus aktiv begegnen und die Maßnahmen im Dialog an die aktuellen Markterfordernisse aufeinander abstimmen.

So schauen wir zuversichtlich auf das Jahr 2023. Und eines ist dabei ganz gewiss: Wir freuen uns auf viele Begegnungen, gute Gespräche und den Austausch mit unseren Partner*innen und Kolleg*innen. Dies ist unendlich wertvoll für unsere Arbeit. Dafür möchten wir an dieser Stelle Danke sagen!

Bleibt munter und gesund!

Imke Wemken



INHALT

4 PROJEKTMANAGEMENT

Grenzübergreifendes Projekt Watten-Agenda 2.0, Wassertourismus, Nachhaltigkeit, Barrierefreier Tourismus, WunderlineGo-App, Rad- und Wandertourismus

10 MARKETING

Online-Marketing, Kampagnen, Marketingkooperationen, Anzeigen, Printprodukte, Messen, Presse- und Öffentlichkeitsarbeit



18 KOOPERATIONEN

Arbeitskreise, AG „Leichter Reisen“, OOWV / Einfach Heimat, Ostfriesische Landschaft, TANO, TMN

20 TEAM

Die Ostfriesland Tourismus GmbH stellt sich vor

GRENZÜBERGREIFENDES PROJEKT WATTEN-AGENDA 2.0

Nach rund drei Jahren wurde das INTERREG VA-Projekt Watten-Agenda 2.0 zum 30.06.2022 erfolgreich abgeschlossen. Während der Projektlaufzeit arbeiteten die Projektpartner gemeinsam an der Erreichung der Ziele in acht verschiedenen Arbeitspaketen. Mit innovativen Ansätzen wurde ein wichtiger Beitrag zur grenzübergreifenden Entwicklung und Umsetzung eines nachhaltigen Tourismus zum Erhalt und Schutz des Wattenmeeres geleistet.



UNITED FOR



Abschlussbericht

Der Abschlussbericht gibt einen informativen Einblick in die zentralen Projektergebnisse aller beteiligten Projektpartner. So wurde beispielsweise eine Checkliste für die Durchführung von Veranstaltungen unter nachhaltigen Gesichtspunkten erstellt. Ein Style Guide mit Inspirationen für regionaltypische Raumgestaltungen unterstützt zudem die Hotellerie und Gastronomie bei ihren zukünftigen Renovierungs- und Baumaßnahmen. Um die Einzigartigkeit der besonderen Natur- und Kulturlandschaft im und am Wattenmeer hervorzuheben, wurden Texte und Videos zu Wattenmeer-Themen erstellt, Fahrradrouten entworfen und Podcasts aufgenommen. Sie sollen touristische Akteure bei einer einheitlichen Kommunikation zum Weltnaturerbe unterstützen. Die Maßnahmen und Ergebnisse werden auch über die Projektlaufzeit hinaus zur nachhaltigen Tourismusentwicklung im Wattenmeerraum beitragen.



Abschlussbericht

Abschlussveranstaltung

Rund 100 deutsche und niederländische Akteure aus Politik, Verwaltung, Tourismus und Naturschutz nahmen online an der digitalen Abschluss-Veranstaltung am 10.02.2022 teil und informierten sich über die Ergebnisse und Maßnahmen des Projektes. Anhand eines Videoschnitts kann man die Abschlussveranstaltung nochmals Revue passieren lassen.



Hier geht's zum Video

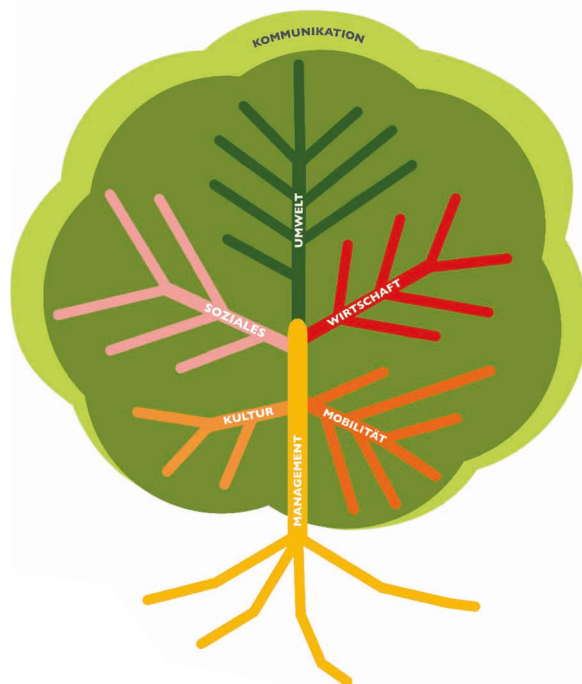


WASSER-TOURISMUS

Um das Wassersportrevier „Ems-Dollart“ weiter zu entwickeln und relevante Informationen für Wassersportler vom Dollart bis zur Oberen Ems vorzuhalten, wurde von April bis September 2022 ein grenzübergreifendes Net(z)werk+-Projekt in der Ems-Dollart-Region durchgeführt. Die Kofinanzierung erfolgte im Rahmen des INTERREG V A Programms Deutschland-Niederland mit Mitteln aus dem Europäischen Fonds für Regionale Entwicklung (EFRE), von den Provinzen Drenthe, Fryslân und Groningen sowie vom Land Niedersachsen.

Zu den Projektpartnern gehörten die Gesellschaft zur Förderung des Emsland Tourismus mbH, die Gemeinde Oldambt, die Stichting ZO Groningen, die Touristik GmbH Südliches Ostfriesland, die Wilhelmshaven Touristik & Freizeit GmbH, die Wirtschaftsförderung und Stadtmarketing der Stadt Emden GmbH und die Ostfriesland Tourismus GmbH als Leadpartner. Getragen wurde das Projekt durch drei Schwerpunkte: einen grenzübergreifenden Dialog, die Auflage des Kataloges „Grenzenlos fahren – Das Wassersportrevier Ems-Dollart“ und die digitale Aufbereitung der Wassersportinfos sowie deren Bewerbung auf Social Media. Im Rahmen der grenzübergreifenden Dialoge, zu denen die Projektgemeinschaft für drei aufeinander aufbauende Termine eingeladen hatte, wurde ein großer Bedarf für einen Austausch bei Wassersportlern und zugehörigen Organisationen bzw. Verbänden identifiziert.

Die aktualisierte Neuauflage des Kataloges „Grenzenlos fahren – Das Wassersportrevier Ems-Dollart“. Die Broschüre wurde zweisprachig aufgelegt und kann bei den Projektpartnern kostenlos (Online und Print) angefordert werden.



NACHHALTIGKEIT

Im Zuge einer umfangreichen Nachhaltigkeitsanalyse, die die Klimapatenschaft Tourismus GmbH 2021 für Ostfriesland durchgeführt hat, entstand 2022 ein „Nachhaltigkeitsbaum“. Dieser zeigt in verschiedenen Themenbereichen wie Mobilität, Kommunikation, Kultur etc. auf, an welchen Stellen in Ostfriesland bereits gute Ansätze und wo entsprechende Handlungsbedarfe im Bereich der Nachhaltigkeit existieren. Der weit verzweigte Baum bildet den Ausgangspunkt für alle weiteren Bemühungen im Bereich der Nachhaltigkeit. Sukzessive werden die verschiedenen Themenkomplexe im Zuge des AK Nachhaltigkeit aufgegriffen. So hat die OTG zur Unterstützung der Ferienorte im Bereich der (Gäste-)Kommunikation ein Baukasten-System mit allen weiterführenden Infos zur Mobilität (einheitliche Textbausteine, Fotos, Infos zu Urlauberbus, Bahnreise und „letzte Meile“, Einbindung von Fahrplanern etc.) entwickelt und zur Nutzung für die Orte auf einer Landingpage bereitgestellt. Einen weiteren Schwerpunkt des Arbeitskreises bildet das Thema Klimawandel. Zu diesem Zweck stellte die TourismusMarketing Niedersachsen GmbH die Kernergebnisse für das mit dem Deutschen Tourismuspreis ausgezeichnete Projekt „Klimawandel anpacken“ vor. Die Handlungsempfehlungen, Checklisten und Leitfäden werden zukünftig in verschiedensten Formen aufgegriffen, um einen Dialog in der Region rund um das Thema Klimaanpassung im Tourismus anzukurbeln.

Projekt „Ostfriesland“

Im Mai dieses Jahres haben mehrere Taucher*innen der Charity-Organisation „Ghost Diving Germany“ sogenannte Geisternetze aus der Nordsee gezogen. Mit dieser Aktion in Kooperation mit dem Nordseeheilbad Carolinensiel sollte auf die Vermüllung der Nordsee und des Wattenmeeres aufmerksam gemacht werden. Die OTG hat diese Aktion mit Social Media Beiträgen, einer Pressemitteilung sowie einem Blogbeitrag im Reisemagazin Teetied begleitet.

teetied-ostfriesland.de



BARRIEREFREIER TOURISMUS

Das Marketing im barrierefreien Tourismus erfolgt sehr erfolgreich über die gemeinsamen Marketing-Aktivitäten der AG „Leichter Reisen - Barrierefreie Urlaubsziele in Deutschland“. Zusätzlich zu den Marketingaktivitäten auf der Webseite leichter-reisen.info und auf der Facebook-Seite wurden durch die AG sechs Newsletter verschickt, in denen insgesamt fünfmal über Ostfriesland berichtet wurde. Die Pressearbeit der Agentur Thiel Public, mit regelmäßigen Pressemeldungen und einem umfangreichen Online-Pressebereich, stellt zudem die Darstellung in Fachzeitschriften und verschiedenen Reisemagazinen sicher.

Es wurden 2022 zehn neue Blogbeiträge im Online-Magazin veröffentlicht sowie acht Pressemeldungen herausgegeben. Das Magazin RehaTreff veröffentlichte einen Artikel über barrierefreie Museen in Deutschland, in dem auch verschiedene Angebote aus Ostfriesland Erwähnung fanden.

Die AG Leichter Reisen präsentierte sich auf folgenden Messen:

- GTM (Germany Travel Mart 2022, 01. bis 03. Mai 2022 in Oberammergau und der Zugspitz-Region)
- IRMA („Internationale Reha-und Mobilitätsmesse für Alle“, 01. bis 03. Juni 2022 in Bremen)
- REHAB (Fachmesse für Rehabilitation, Therapie,

Pflege, Inklusion, 15. bis 17. Juni 2022 in Karlsruhe)

- REHACARE (weltweit größte Fachmesse für Rehabilitation und Pflege, 14. bis 17. September 2022 in Düsseldorf)

Dort wurden im Rahmen der AG-Mitgliedschaft Prospekte und Informationsmaterialien zu Ostfriesland verteilt.

In diesem Jahr fanden zudem zwei AG-Treffen in Präsenz statt, um die gemeinsame Marketingstrategie auszuwerten und neu zu planen.

Auch für die Förderung des bundesweiten Kennzeichnungssystems „Reisen für Alle“ in Kooperation mit der TMN setzt sich die OTG ein. Insgesamt 165 Betriebe auf der ostfriesischen Halbinsel sind bereits zertifiziert; 49 befinden sich im (Re-) Zertifizierungsprozess.



WUNDERLINEGO-APP

Das deutsch-niederländische INTERREG V A-Netzwerkprojekt „Digitale Entdeckungen an der Wunderline“ zielt darauf ab, die Wunderline als Zugverbindung zwischen Groningen und Bremen mit den anliegenden Kommunen bekannter zu machen und (neu) zu entdecken.

Dazu wurde die „WunderlineGO“ - App entwickelt, die den Zugreisenden (und anderen) auf interessante Weise Besonderheiten und Geschichten auf beiden Seiten der Grenze und dazu passende Touren vorstellt. Über das eigene Smartphone erleben die Nutzerinnen und Nutzer mittels Augmented Reality die „Wunder“ von 15 Orten. Auch wenn die Schienenverbindung erst ab 2024 durchgängig befahren werden kann, verspricht die App bereits jetzt besondere Erlebnisse. Die OTG koordinierte die inhaltliche Erstellung der App mit den Ferienorten an der Wunderlinie und übernahm die technische Umsetzung mit dem Dienstleister Quantum-frog GmbH aus Oldenburg. Im Jahr 2022 wurde die App fortlaufend optimiert und inhaltlich ergänzt.

Die Wunderline Projektpartner haben zukünftig die Möglichkeit, weitere Touren (kostenpflichtig) zu ergänzen.

Im Februar 2022 wurde das Netzwerk Anschlussmobilität Wunderline mit der WunderlineGO-App als eine der besten europäischen Bahntourismuskampagnen auf einer offiziellen Preisverleihung in Engelberg (Schweiz) ausgezeichnet. Der Wettbewerb „Best European Rail Tourism Campaign Award 2021“ honoriert Projekte, die Schienenverkehr und Tourismus auf innovative Art und Weise miteinander verbinden. Die Jury bestehend aus Vertretern der Europäischen Reisekommission und Eurail lobte das Projekt für die intensive grenzüberschreitende Zusammenarbeit verschiedener Partner aus Deutschland und den Niederlanden. Die App überzeugte mit ihrem Ansatz, das Marketing für eine Bahnstrecke voranzubringen und gleichzeitig Menschen für die Entdeckung der Region entlang der Strecke zu motivieren.

wunderline.nl/wunderline-go-app



wunderline



RAD- UND WANDERTOURISMUS

Grenzenlos Aktiv App

Anfang 2022 wurde die App auf V4 umgestellt und die Technik und das Design überarbeitet, um die Benutzerfreundlichkeit zu erhöhen.

Im Zuge des Updates erfolgte auch eine Umbenennung der App in „Ostfriesland: Grenzenlos aktiv“. Vorhandene Installationen (rd. 30.000) wurden automatisch auf die neue Version umgestellt. Durch die umfangreiche Bewerbung der App in diversen Fahrradmagazinen und in den Social-Media-Kanälen konnten von Januar bis Anfang Oktober weitere 14.688 Downloads für Google Android und Apple iOS Geräte (Quelle: outdooractive) hinzugewonnen werden.

Nach umfangreicher Prüfung der Inhalte und der neuen Funktionen erfolgten im Frühjahr im Zuge eines erneuten kleinen Updates weitere Änderun-

gen in der Bedienung. Zusätzlich zu den Menüpunkten „Radfahren“ und „Wandern“ wurden die Menüpunkte „Kanu“ und „Alle Touren“ zur besseren Orientierung beigelegt. Passend zum Update wurde auch der Flyer zur Aktiv App auf das neue Design angepasst. Der Flyer ist als Druckversion in DIN A5 und DIN lang verfügbar und kann von allen Ferienorten genutzt werden. Zudem wurden verschiedene Anzeigen entwickelt, die auf den Routenplaner und die App hinweisen. Diese können z. B. für die ortseigenen Gastgeberverzeichnisse genutzt werden.



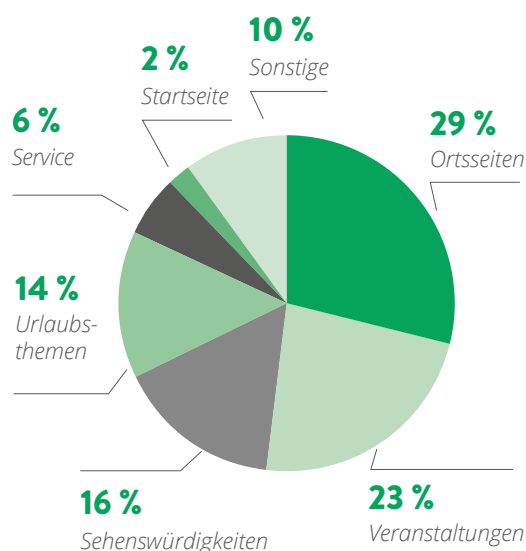
ONLINE-MARKETING

Jeder Ferienort im Gesellschaftsgebiet der OTG wird auf den Homepages [ostfriesland.travel](https://www.ostfriesland.travel) und [ostfriesland.de](https://www.ostfriesland.de) präsentiert. Die auf den gemeinsamen Websites veröffentlichten Informationen (POIs/Veranstaltungen/Gastronomie/Pauschalen) werden in der Datenbank „destination.one“ durch die Ferienorte und Städte gepflegt. Die Webseite [ostfriesland.travel](https://www.ostfriesland.travel) steht dabei im Zentrum aller Online-Marketingaktivitäten der OTG. Im Jahr 2022 wurden die Webpräsenzen der OTG knapp 4 Mio. mal besucht. 3,8 Mio. entfielen dabei auf die Webseite [ostfriesland.travel](https://www.ostfriesland.travel).

Das „Digitale Ökosystem“ stellt den Unterbau aller Digitalisierungs-Initiativen der OTG für die Region dar. So werden über umfangreiche Schnittstellen und Vertriebswege Lösungen zur optimalen Auspielung und Weitergabe aller touristischen Inhalte umgesetzt.

TOP 7

der am häufigsten besuchten Bereiche auf [ostfriesland.travel](https://www.ostfriesland.travel)



ONLINE-MARKETING

Webseiten im Framework-Konzept

Mit dem Relaunch sind für die Ferienorte, Städte und Teilregionen im Gesellschaftsgebiet der OTG weitere Synergieeffekte in Form von Kosten- und Zeitersparnissen in Bezug auf ihre Websites verbunden. Bedarfsweise werden neue Elemente und Anpassungen (z. B. 360° Viewer, Newselement) vorgenommen. Das Konzept für den Relaunch ermöglicht eine technische Einbindung und eine Übernahme des grafischen Rahmens (sogenanntes Framework-Konzept).

Niedersachsen HUB

Der Niedersachsen HUB bündelt die Inhalte der touristischen Regionen und Städte des Landes und stellt die Weichen für innovative Technologien angesichts des digitalen Wandels. Über Schnittstellen werden die Daten aus Ostfriesland an die Landeslösung angeschlossen. Über die Datenbank „destination.one“ ist es ebenfalls möglich, Inhalte als sog. Open Data auszuweisen. Grundlage hierfür sind die sog. Creative Commons Lizenzen. Auf diese Weise könnten die Daten frei von Rechten Dritter durch jede andere Institution genutzt werden. Gemeinsam mit den Ferienorten wird das Thema Open Data und Datenqualität aktiv bearbeitet.

Radmittwoch in sozialen Netzwerken

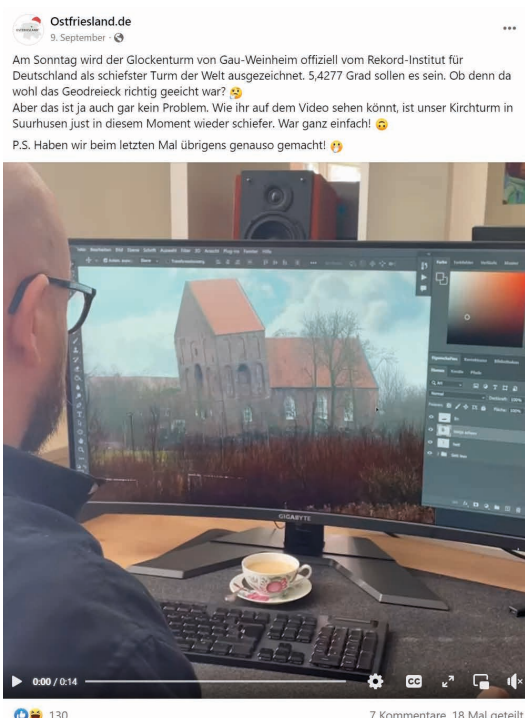
Der „Radmittwoch“ auf Instagram und Facebook hat sich etabliert und wurde in 2022 fortgeführt. Jeden Mittwoch wird das Thema Radfahren für die Region in den Fokus gestellt. Darunter wurden neben den fünf Ostfriesland Rad-Routen auch kleinere Sternfahrten oder lokale Touren und die Inhalte des Radkataloges vorgestellt und über die Social-Media-Kanäle vermarktet. Die Inhalte zu den Ostfriesland Rad-Routen wurden gemeinsam mit den Rad-Routen ausgearbeitet und als Werbeanzeigen und organische Postings veröffentlicht. Hierdurch wurden die Interaktionen und Reichweiten erhöht.

META-Unterkunftssuche

Die META-Suche unter unterkunft.ostfriesland.de aggregiert alle verfügbaren online-buchbaren Unterkünfte in Ostfriesland und bietet mit etwa 12.300 Objekten das größte Regionsangebot im Internet.

Facebook, Instagram und Co.

Die OTG bespielt regelmäßig die verschiedenen Social Media Kanäle. Jeder Kanal funktioniert dabei anders und wird individuell bearbeitet. Gepostet werden das aktuelle Tagesgeschehen sowie interessante Geschichten und Themen aus der Region. Auch die verschiedenen Marketingkampagnen und Aktionen (z. B. der Adventskalender in Zusammenarbeit mit den Orten) finden sich hier wieder. Facebook (rund 53 Tsd. Fans) und die Fotoplattform Instagram (ca. 35 Tsd. Follower) gehören für die OTG zu den wichtigsten Social Media Kanälen. Nach wie vor wird auch der Mikro-Bloggingdienst Twitter (rund 4.000 Follower) bespielt. Angesichts der Übernahme durch Elon Musk bleibt die Entwicklung dieses Kommunikationskanals jedoch abzuwarten.





Teetassen Emoji für Soziale Medien

Ein stilechtes ostfriesisches Tee-Emoji für WhatsApp-Nachrichten, Facebook oder Instagram - das war unsere Idee als wir im Juli 2022 einen Antrag bei der gemeinnützigen Organisation Unicode beziehungsweise der Emoji-Foundation gestellt haben. Diese kümmert sich um die Standardisierung der digitalen Kommunikation.

Jedes Schriftzeichen aus allen Sprachen der Welt bekommt von Unicode einen einzigartigen digitalen Code, damit es weltweit in gleicher Weise abgebildet werden kann. Zu den Zeichen gehören seit ein paar Jahren auch die Emojis. Das sind kleine Symbole, die der Kommunikation im Internet und auf mobilen Endgeräten dienen. Einmal im Jahr entscheidet eine Jury über neue Symbole. Die OTG hatte bei der Jury ein repräsentatives Teetassen Emoji mit der Ostfriesischen Rose eingereicht, welches in Zusammenarbeit mit der m01n digitalagentur entwickelt wurde. Im November wurden wir dann von der Emoji Foundation informiert, dass unser Teetassen Emoji es leider nicht auf die weltweite Liste geschafft hat.

Schade! Nichtsdestotrotz war es ein großer Erfolg, denn das Medieninteresse an dieser Aktion war einfach überwältigend. Zahlreiche Radiointerviews, Zeitungsberichte und ein TV-Beitrag sorgten dafür, dass Ostfriesland und seine Teekultur in aller Munde waren.



Ostfriesland GIFs

Im Frühjahr veröffentlichte die OTG eigene GIFs für Ostfriesland. Die verschiedenen, animierten Motive sind für die Nutzer in der Suche unter @ostfriesland

zu finden und können für die eigenen Postings und Storys verwendet werden. Die GIFs wurden bereits rund 8,6 Millionen mal gesehen.



MARKETING-KOOPERATIONEN

Zoo Osnabrück

Anlässlich der Eröffnung des neuen Bereichs Wasserwelten im Zoo Osnabrück kooperierte die OTG mit dem Tierpark. Hierzu präsentierte sich die OTG mit einem Messestand zum Publikumstag am 9./10. Juli 2022. Im Rahmen der Kooperation sind auch fünf neue Nümigs

Bastelbögen entstanden (z. B. Seelöwe, Pinguin und Nacktmulch). Diese und weitere Inhalte zum Weltnaturerbe Wattenmeer wurden durch den Zoo und die OTG in der Folgezeit über Social Media und Marketing Kanäle präsentiert.



KAMPAGNEN

Video „Heimat“ in Kooperation mit Sylvie Gühmann

Sylvie Gühmann ist Autorin, Poetry Slammerin und vor allem: gebürtige Ostfriesin. Ihre junge frische Perspektive bringt sie in ihren Büchern zum Ausdruck. Auch wenn Sie in ihrem „Fettnäpfchenführer für Ostfriesland“ auf so manche Eigenarten und Schrulligkeiten der Ostfriesen hinweist, zeigt sie doch in ihrem Gedicht „Heimat“, wie sehr ihr Herz an dieser Region hängt. Im November wurde in Zusammenarbeit mit der m01n digitalagentur aus Aurich ein Video mit Sylvie Gühmann zum Heimat-Gedicht gedreht. Mit Fokus auf das Video wurde eine neue Landingpage erstellt, auf der Gäste und Einheimische ihre ganz persönlichen Heimat-Momente sammeln können. Die Veröffentlichung des Videos erfolgt ganz bewusst kurz vor Weihnachten, um die emotionale Komponente der Aktion zu erhöhen. Das Marketing rund um das Video wurde mit einer Verlosung des Posters zum Gedicht von Sylvie Gühmann verknüpft. Auf diese Weise sollen Gäste dazu animiert werden, ihre ganz persönlichen Heimatmomente in Ostfriesland mit allen anderen zu teilen.

ostfriesland.travel/heimat



Ostfriesland – cooler als du denkst

Um auch jüngere Zielgruppen für Ostfriesland zu begeistern, entstand im Rahmen einer Projektarbeit unserer zu der Zeit noch in der Ausbildung befindlichen Mitarbeiterin Maike Gelder und drei weiteren Azubildenden aus der Region eine neue Rubrik „Ostfriesland ist cooler als du denkst“. Hier finden sich wunderschöne Plätze, actionreiche Erlebnisse, Shoppingmöglichkeiten und tolle Treffpunkte für Jugendliche und junge Erwachsene in Ostfriesland. Die Erstellung der Inhalte erfolgte in Zusammenarbeit mit den Ferienorten. Fortlaufend können weitere Tipps integriert werden.

Ostfriesland Biennale – Kunst in der Region

Vom 4. Juni bis zum 4. September 2022 fand die erste Ausgabe der Ostfriesland Biennale statt. Dabei galt es, Kunstwerke von rund dreißig international bekannten sowie vielversprechenden zeitgenössischen Künstler*innen an wunderbaren Orten in Ostfriesland und der Provinz Groningen zu erleben. Im direkten Austausch mit den Veranstaltern unterstützte die OTG das alle zwei Jahre stattfindende Festival mit entsprechenden Marketingaktivitäten auf den Social Media Kanälen, im Newsletter und mit einer eigenen Landingpage.



GEWINNSPIELE

Von Zeit zu Zeit führt die OTG – häufig in Zusammenarbeit mit Partnern – kleine, zu Ostfriesland passende Gewinnspiele durch, die durchweg auf eine große Resonanz stoßen. Hierzu gehörte 2022 u. a. eine Marketing Kooperation mit dem Ravensburger Spielverlag. In Zusammenarbeit mit den Ferienorten wurden Puzzles mit Motiven aus ganz Ostfriesland erstellt und über diverse Social Media Aktionen verlost. Insgesamt 9.000 Teilnahmen verzeichnete die Aktion. Auch mit der langjährigen Partnerin J. Bunting Beteiligungs AG wurde ein Tee-Gewinnspiel durchgeführt. Zu Ostern gab es zudem die Gelegenheit, Teerosen-Tattoos zu gewinnen. Damit können die Gewinner die Ostereier für die Teetafel während der Feiertage ganz stilecht und ostfriesisch dekorieren. In Kooperation mit der NWZ wurde Ende November eine kleine Verlosung rund um das neue Brettspiel „Ostfriesland, fertig, los“ auf den Weg gebracht.



Adventskalender

Auch 2022 verkürzt die OTG das Warten auf das Weihnachtsfest mit einem Adventskalender. Sowohl Orte als auch Partner konnten sich mit der Belegung eines Türchens beteiligen und auf ganz besondere Art und Weise auf sich aufmerksam machen. Zu gewinnen gab es Sachpreise, Erlebnisse, Fan-Pakete, Gutscheine oder sogar Übernachtungen. Die Resonanz bei den Gästen fällt üblicherweise sehr positiv aus. 2021 beliefen sich die Teilnahmen insgesamt auf 80.000.



ANZEIGEN

Über das gesamte Jahr hinweg präsentierte sich die Reiseregion Ostfriesland über Anzeigen in verschiedensten Medien. Coupon-Anzeigen zur vereinfachten Bestellung von Prospektmaterial wurden ergänzt durch Image-Anzeigen und redaktionelle Beiträge. Der Reiseschmökler wurde mit insgesamt sieben Anzeigen vor allem in reichweitenstarken, themenübergreifenden Medien wie der Apotheken-Umschau, der Landlust und in Zeitungsbeilagen wie „Weltreise durch Deutschland“ und „Deutschlands schönste Reiseziele“ sowie in Tageszeitungen z. B. Bild am Sonntag und der HNA in den Fokus gerückt. Die Anzeigenwerbung im radtouristischen Bereich konzentrierte sich auf die Ostfriesland Rad-Routen und den Radkatalog. Geworben wurde mit Advertorials (redaktionelle Aufbereitung mit Bild und Text) und Anzeigen in nachfolgenden Fahrradfachmagazinen:

- Radurlaub vom ADFC
- Bike & Travel
- MYBIKE
- RADtouren (Ausgabe 02/22, 03/22 und 04/22)
- Aktivmagazin von Tambiente
- Radbeilage im Magazin Focus
- e-Bike Touren (Ausgaben 01/22 und 02/22)
- Neue Reiselust
- Fahrradland Deutschland Magazin

In Kooperation mit den Ostfriesland Rad-Routen wurden im „Radspezial“ vom Wandermagazin alle Routen sowie der Routenplaner, die Aktiv App und der Radkatalog beworben. Beilegeraktionen in der „Bike & Travel“ (10.000 Radkataloge in der Abo-Auflage plus Niedersachsen und NRW), im Lesezirkel (2.600 Radkataloge als Beilagen zu Radmagazinen in NRW) und dem Leserkreis Daheim (10.000 Reiseschmökler in Cafés und Arztpraxen) rundeten das Anzeigen-Spektrum ab.

Die Prospektanfragen im Zeitraum Januar bis Oktober beliefen sich auf 17.747 und lagen damit etwas unter Vorjahresniveau.



RAD-URLAUB
OSTFRIESLAND

URLAUB IN OSTFRIESLAND

WEITE, WIND UND WATTENMEER

Weite Blicke und salzige, gesunde Luft – beste Voraussetzungen für entspanntes Radfahren in Ostfriesland. Kanäle, Flüsse und das Wattenmeer sind ständige Begleiter auf dem über 3.500 Kilometer langem Radwegenetz, das durch ein Knotenpunktsystem ergänzt wird. Neben einer grandiosen Naturlandschaft bietet die Region viele Kulturschätze: romantische Sielhäfen, geschichtsträchtige Backsteinkirchen, Schlösser und Burgen, Mühlen und Gulfhöfe. Der für 2022 neu aufgelegte Radkatalog bietet auf 75 Seiten zahlreiche Informationen zur Reiseplanung und tolle Angebote: fünf Ostfriesland Rad-Routen, Paddel- und Pedalspaß an 20 Stationen für Erkundungen zu Land und zu Wasser, Mehrtagestouren, Sternfahrten und Tagestouren. Radfreundliche Unterkünfte laden zur Übernachtung ein. Ein praktischer Urlaubsplaner ist die App »Ostfriesland: Grenzenlos Aktiv«. Sie hält über 500 Vorschläge für Wanderungen, Rad- und Kanutouren bereit. Hinzu kommen zahlreiche wertvolle Tipps für Ausflugsziele wie Mühlen, Leuchttürme, Museen oder Bäder. Mit den Top-Tipps erhält man aus erster Hand eine Zusammenstellung der schönsten Touren.

ostfriesland.travel

Rad-Katalog

PRINTPRODUKTE

Neben der jährlichen Neuauflage des Reiseschmökers und des Radkataloges erfolgten 2022 die Neuauflage der Ausflugskarte. Der Vertrieb fand direkt über das Prospektbestellcenter, durch die Auslage auf Messen, durch Coupon-Anzeigen, durch Beilagen und durch die Verteilung von Partnern statt. Zusätzlich kann der Gast die Prospekte mit der Bestellpostkarte bequem nach Hause ordern.



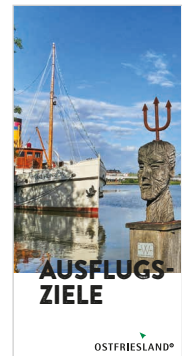
**Ostfriesland -
Reiseschmöker**
(Gültigkeit 2022)
Auflage 50.000



**Radurlaub - Ostfriesland
naturnah erleben**
(Gültigkeit 2022)
Auflage 50.000



**Radkarte -
Ostfriesland Radrouten**
(Gültig seit Mrz. 2022)
Auflage 70.000



**Ostfriesland -
Ausflugsziele**
(Gültig seit Mai 2022)
Auflage 70.000



**Ostfriesland -
Barrierefrei**
(Gültig seit Dez. 2019)
Auflage 20.000



**Ostfriesland - Barriere-
freie Reiseregion**
(Gültig seit Okt. 2018)
Auflage 60.000



**Ostfriesland - Camping-
und Reisemobilplätze**
(Gültig seit Mai 2021)
Auflage 50.000



**Wanderkarte -
Watten-Route**
(Gültig seit Nov. 2017)
Auflage 30.000



**Wanderführer - Watten-
Route Ostfriesland**
(Gültig seit Dez. 2017)
Auflage 5.000 D, 3.000 NL



Bestellpostkarte
(Gültigkeit 2022)
Auflage 20.000

MESSEN

Aufgrund der Corona-Krise hat sich die OTG 2022 nicht an Messen beteiligt. Als Alternative wurden über VIA bis April 1.100 Radkataloge an radinteressierte Gäste verschickt. Weiterhin konnten über VIA auf 4 Städtetouren in Niedersachsen, NRW (2x) und Baden-Württemberg, einer Betriebskantinentour durch Frankfurt sowie auf dem Fahrradtag in Pader-

born und der VELO in Hamburg weitere 2.600 Radkataloge verteilt werden. Weitere 1.200 Radkataloge wurden über Reisebörsen in Ansbach, Regensburg, Potsdam und Erfurt verteilt.

Zudem streuten die Butenostfreesen deutschlandweit 800 Reiseschmöcker, 840 Radkataloge und 3.600 Radkarten.

PRESSE- UND ÖFFENTLICHKEITSARBEIT

2022 war Ostfriesland in zahlreichen regionalen und überregionalen Presseberichten vertreten. Neben allgemeinen Berichten zur Reiseregion gehörten die Tourismusentwicklung und Auslastung in den Ferienzeiten sowie die Pandemie und Energiekrise zu den dominierenden Themen.

Zudem wurden Redakteure namhafter/reichweitenstarker Redaktionen wie etwa DB mobil oder NDR bei ihren Recherchen in Ostfriesland betreut. Auch die Unterstützung von extern organisierten Pressereisen stellte ein wichtiges Aufgabenfeld der OTG dar. Zu nennen sind in diesem Zusammenhang die Pressereisen zum Thema Nordseeküstenradweg (ADAC) und Barrierefreiheit, welche in Zusammenarbeit mit der TMN geplant wurden. In Kooperation mit der Deutschen Zentrale für Tourismus wurde das Programm zum Thema Ems-Radweg für eine makroregionale Influencerreise mit Bloggern aus Frankreich, Italien, Spanien und der Schweiz erstellt und organisiert.

Qualitätsoffensiven und Schulungen

Um der verstärkten Qualitätsorientierung im Tourismus Rechnung zu tragen, informiert die OTG über Weiterbildungsangebote (z. B. über das „Elführtje“) und bietet selbst Schulungen (z. B. Framework, Destination.one) an. Darüber hinaus macht sich die OTG für die Umsetzung von Qualitätsstandards in Ostfriesland stark und setzt sich für die Umsetzung des bundesweiten Kennzeichnungssystems „Reisen für Alle“ sowie der niedersachsenweiten Zertifizierungen Service Qualität und KinderFerienLand ein.

B2B Website

Unter ostfrieslandtourismus.info ist die Website für Partner der OTG und Leistungsträger auf der ostfriesischen Halbinsel abrufbar. Die Seite beinhaltet verschiedene Beteiligungsmöglichkeiten, Service-Angebote und aktuelle Brancheninformationen. Zusätzlich können Veranstaltungen für Leistungsträger und Mitarbeiter der angeschlossenen Ferienorte (auch von Dritten) dargestellt werden. 2022 wurde eine Wissens-Plattform zu dem Thema Nachhaltigkeit geschaffen und darauf aufbauend ein Werkzeugkasten für die Touristiker rund um das Thema Kommunikation von Mobilität/Anreise ggü. Gästen (Vgl. S. 6) integriert.

PRESSE- UND ÖFFENTLICHKEITSARBEIT

Rechtlicher Umgang mit Preisangaben

Angesichts der zu erwartenden Kostensteigerungen im Bereich Energie und Personal stehen die Leistungsträger in den nächsten Monaten vor außergewöhnlich großen Herausforderungen. Zur Unterstützung der Betriebe hat die OTG bei der Rechtsanwaltskanzlei Noll/Hütten/Dukic eine Handreichung für Gastgeber zum Thema „Rechtlicher

Umgang mit Preisangaben“ inkl. Musterklausel zum Preiserhöhungsvorbehalt zur Einbindung in die AGBs eingekauft. Allen Unterkunftsbetrieben im Gesellschaftergebiet steht damit eine wichtige Hilfestellung bei der Preisfindung im Verhältnis zum Kunden zur Verfügung.

KOOPERATIONEN

Arbeitskreise

Regelmäßig stattfindende Arbeitskreise ermöglichen einen gezielten, themenspezifischen Austausch zwischen der OTG und den Touristikern der ostfriesischen Halbinsel. Die Arbeitskreise sind grundsätzlich offen für alle Touristiker aus dem Gesellschaftsgebiet und dienen dazu, Themen fachlich zu diskutieren und gemeinsame Lösungswege abzustimmen. 2022 fanden verschiedenen Arbeitskreissitzungen (analog und digital) zu den Themen Barrierefrei, Camping (Austausch Messen), Nachhaltigkeit und Radtourismus statt. Zudem wurde die Arbeit im AK Städte wieder aufgenommen. 2023 wird zusätzlich ein AK Camping ins Leben gerufen, der als Plattform für den Austausch zu allgemeinen Themen im Campingtourismus gelten soll.

Ostfriesische Landschaft

Die Ostfriesische Landschaft und insbesondere die dortige Kulturagentur zählt zu einem festen Partner der OTG. 2022 wurde intensiv an der Ausgestaltung eines gemeinsamen Förderprojektes im Bereich der Themen Klima, Kunst und Kultur gearbeitet.

AG „Leichter Reisen“

Seit 2012 ist die OTG Mitglied der AG „Leichter Reisen - Barrierefreie Urlaubsziele in Deutschland“, einem Verbund aus Städten und Regionen, die sich für die Entwicklung eines barrierefreien Tourismus einsetzen. Neben regelmäßigen Arbeitstreffen, die dem Erfahrungsaustausch und der Planung gemeinsamer Projekte dienen, bieten die gemeinsamen Marketingaktivitäten sehr gute Möglichkeiten für ein zielgerichtetes Marketing.



Oldenburgisch-Ostfriesischer Wasserverband (OOWV) / Einfach Heimat

In Kooperation mit dem OOWV werden auf der Ostfriesland Webseite Stationen abgebildet, an denen kostenfrei die Trinkwasserflasche („Trinkwasser mobil“) aufgefüllt werden kann. Dies hat zum Ziel, den Gästen als weiteren Service kostenfreies Trinkwasser bspw. während einer Radtour anzubieten. Zugleich wird auf diese Weise für das Thema Plastikvermeidung und die Bedeutung unseres Trinkwassers sensibilisiert. In regelmäßigen Abständen werden gemeinsame Aktivitäten identifiziert, um möglichst große Synergieeffekte für beide Partner zu erzielen.



TourismusMarketing Niedersachsen GmbH (TMN)

Als Mitglied der Geschäftsführerkonferenz und verschiedener Facharbeitskreise ist die OTG eng in die Arbeit der TMN eingebunden. Vor allem innerhalb der Themen „Aktivtourismus“, „Social Media“ und „Reisen für Alle“ sowie in der Pressearbeit bietet die Landesorganisation eine wichtige Plattform für Austausch, Kooperation und Marketing. 2022 war die OTG an folgenden Aktivitäten beteiligt: Projekt „Klimawandel anpacken - Anpassungsstrategien für den Tourismus in Niedersachsen“, Pressereisen (ADAC und Barrierefreiheit), Schnittstelle zum Niedersachsen HUB (Vgl. S. 10).



Tourismus-Agentur Nordsee GmbH (TANO)

Die TANO wurde zum 24.01.2022 gegründet und hat zum 01.11.2022 die operative Arbeit aufgenommen. In 2023 wird der Prozess an Fahrt aufnehmen, der die Zusammenarbeit zwischen der TANO und den Teilregionen, damit u. a. auch der OTG, ausgestaltet. Hierbei geht es um verschiedenste Detailfragen, die das Miteinander bei konkreten Herausforderungen und Handlungsfeldern betreffen.

TOURISMUS-AGENTUR
N O R D S E E



TEAM



IMKE WEMKEN

Geschäftsführerin

Tel. 04 91 / 91 96 96 62
wemken@ostfriesland.travel



WIEBKE LEVERENZ

**Presse- und
Öffentlichkeitsarbeit**

Tel. 04 91 / 91 96 96 64
presse@ostfriesland.travel



SILVIA MÜLLER

**Radtourismus, Camping-
tourismus, Anzeigen und Messen**

Tel. 04 91 / 91 96 96 63
mueller@ostfriesland.travel



MAIKE FOCKENS

**Barrierefreier Tourismus
und Nachhaltigkeit**

Tel. 04 91 / 91 96 96 96
fockens@ostfriesland.travel



MAIKE GELDER

Online-Marketing

Tel. 04 91 / 91 96 96 57
gelder@ostfriesland.travel



CAROLIN EWEN

Online-Marketing

Tel. 04 91 / 91 96 96 66
ewen@ostfriesland.travel

IMPRESSUM

Herausgeber:

Ostfriesland Tourismus GmbH
Ledastr. 10
26789 Leer

Tel. 04 91 / 91 96 96 60
Fax 04 91 / 91 96 96 65
urlaub@ostfriesland.travel
[ostfriesland.travel](https://www.ostfriesland.travel)

Redaktion:

Ostfriesland Tourismus GmbH

Gestaltung:

m01n digitalagentur

Druck:

printoo GmbH, Drucklegung: Dezember 2022

Fotos:

Ostfriesland Tourismus GmbH, m01n digitalagentur (Titel, S. 11), Bad Zwischenahner Touristik GmbH (S. 8), FeuerQuell Fotografie & Werbeagentur (S. 2, 20), Merk Fryslân (S. 5), Kim Lumelius (S. 7), Janis Meyer (S. 4), Achim Meurer (S. 3, 19)


OSTFRIESLAND®

Mit dem
"Kuh-R Code"
zur Webseite

