

2023



JAHRES- BERICHT



OSTFRIESLAND®

MOIN MITNANNER!

Ein bewegtes Jahr neigt sich dem Ende. Ein Jahr voller Projekte, großer Aufgaben und spannender Herausforderungen. Das Tourismusjahr 2023 reiht sich dabei in ein Jahr mit vielen Veränderungen, prägenden Einflussfaktoren und vielen Unsicherheiten. Digitalisierung, KI, Klimawandel, Nachhaltigkeit, Mitarbeitermangel, Haushaltssperren, Mehrwertsteuererhöhung im Gastgewerbe, ... die Liste an großen Herausforderungen wird nicht kürzer. Die übergreifenden Entwicklungen haben natürlich auch Auswirkungen auf unsere Arbeit. Auf den folgenden Seiten blicken wir nun auf die letzten zwölf Monate zurück und möchten Ihnen vorstellen, woran wir 2023 gearbeitet haben, was uns bewegt hat und wir bewegt haben. Nicht ganz ohne Stolz sagen wir, dass am Ende wieder eine lange Liste an schönen, breitgefächerten Projekten und Maßnahmen zusammengekommen ist.

Mit Engagement und Tatendrang haben wir unseren Beitrag zur Tourismusentwicklung in der Region geleistet. Denn der Stellenwert der Branche als Wirtschaftsfaktor ist immens. Mit insgesamt 61,22 Mio. Aufenthaltstagen wurde in Ostfriesland ein Bruttoumsatz in Höhe von 3.226,5 Mio. Euro erzielt. Dies haben die Ergebnisse der neuesten Wirtschaftsfaktoranalyse für Ostfriesland gezeigt, die wir nach 2016 und 2019 erneut für das Jahr 2022 für die Region koordiniert haben. Die Analyse trägt dazu bei, die Bedeutung unserer Branche klar zu kommunizieren und unsere Strategien entsprechend anzupassen. Unseren eingeschlagenen Weg möchten wir konsequent weiterverfolgen. Seit diesem Jahr gehen wir diesen Weg auch gemeinsam mit unserer neuen Partnerin: der TANO. Und auch wenn noch ein gutes Stück Arbeit vor uns liegt, nimmt die Zusammenarbeit Schritt für Schritt konkretere Formen an. So möchten wir zusammen mit der TANO, aber natürlich auch mit vielen anderen Partnern den Herausforderungen im Tourismus aktiv begegnen und die Maßnahmen gemeinsam im Dialog an die aktuellen Markterfordernisse anpassen.

Mit Zuversicht blicken wir auf das Jahr 2024 und sind uns sicher, dass es von vielen Begegnungen, guten Gesprächen und dem wertvollen Austausch mit unseren Partner*innen und Kolleg*innen geprägt sein wird. Denn das macht den Tourismus bei uns aus und ist unendlich wertvoll für unsere Arbeit. Dafür möchten wir an dieser Stelle Danke sagen!

Imke Wemken



INHALT

4

PROJEKTMANAGEMENT

*Radtourismus, Nachhaltigkeit,
Barrierefreier Tourismus,
Wassertourismus,
WunderlineGo App*



8

MARKETING

*Online-Marketing,
Messen, Anzeigen,
Printprodukte, Presse-
und Öffentlichkeitsarbeit*

16

KOOPERATIONEN

*Arbeitskreise, AG „Leichter Reisen“,
TANO, TMN, Ostfriesische
Landschaft, Nationalpark,
LandTouristik e. V., OOWV*



18

TEAM

*Die Ostfriesland
Tourismus GmbH
stellt sich vor*

RADTOURISMUS

Rad PWA

Im Herbst 2023 begannen die Vorbereitung und Konzeption einer Fahrrad-Service-PWA. Ziel des Projektes ist es, die Fahrradrouten und das Knotenpunktsystem mit weiterführenden Online-Informationen aufzuwerten, um sich als Raddestination weiter zu profilieren. Bei einer PWA (Progress Web App) handelt es sich um eine standortbasierte Webseite, welche POI-Daten aus der Datenbank destination.one zieht. Die Idee ist, eine standortbasierte und ostfrieslandweite Rad-Service-PWA einzurichten, die an jedem Knotenpunkt über einen QR-Code abgerufen werden kann. In der PWA sollen den Radfahrenden während ihrer Tour wichtige und aktuelle Serviceinformationen wie Reparaturservices, Taxi-Rufnummern, öffentliche Toiletten, Ärzte/Apotheken, Rastplätze, Einkehrmöglichkeiten für Radfahrende im nahen Umfeld bereitgestellt werden.

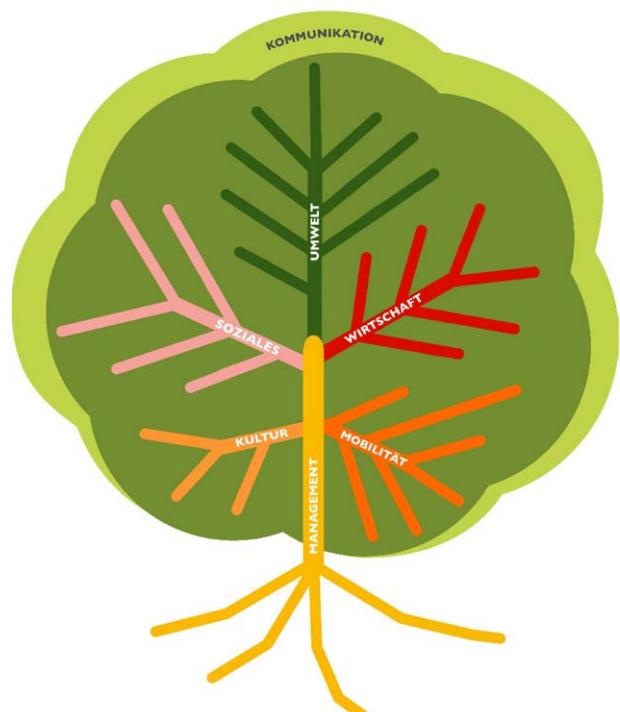
Radmittwoch in sozialen Netzwerken

Der „Radmittwoch“ auf Instagram und Facebook hat sich etabliert und wurde 2023 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.



NACHHALTIGKEIT

In den ostfriesischen Ferienorten ist das Thema Nachhaltigkeit auch in 2023 ein zentraler Bestandteil. Durch eine Vielzahl an Projekten und Initiativen, wächst auch der „Nachhaltigkeitsbaum“, der im Zuge der Nachhaltigkeitsanalyse durch die Klimapatschaft Tourismus GmbH entwickelt wurden, stetig weiter. Der Arbeitskreis „Nachhaltiges Ostfriesland“, bildet dabei die Plattform für den Austausch und die Entwicklung aktueller Projekte in der Region. Als Kommunikationskanäle für den B2B und B2C Bereich, werden die einzelnen Themenrubriken zur Nachhaltigkeit auf ostfriesland.travel und ostfrieslandtourismus.info laufend ergänzt und auch auf den Social-Media Kanälen ist das Thema Nachhaltigkeit ein fester Bestandteil. Im letzten Jahr lag ein Hauptaugenmerk des Arbeitskreises auf dem Thema Klimawandel. Dabei präsentierte die TourismusMarketing Niedersachsen GmbH das Projekt „Klimawandel anpacken“. Auch in diesem Jahr besuchte die TMN den Arbeitskreis und setzte mit dem Folgeprojekt „Klimawerkstatt“ die thematische Arbeit zum Klimawandel fort.





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 viermal 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 2023 zehn neue Blogbeiträge im Online-Magazin veröffentlicht, darunter auch ein großer Gastautorenbeitrag der OTG über Bad Zwischenahn sowie sechs Pressemeldungen. Das Magazin RehaTreff veröffentlichte einen Artikel über barrierefreie Weihnachtsmärkte in Deutschland, in dem auch der Engelkmarkt in Emden Erwähnung fand.

Die AG Leichter Reisen präsentierte sich auf folgenden Messen:

- GTM (Germany Travel Mart 2023, 16. bis 18. April 2023 in Essen)
- IRMA („Internationale Reha-und Mobilitätsmesse für Alle“, 01. bis 03. Juni 2023 in Bremen)

- ITB (Internationale Tourismus-Börse, 07. bis 09. März 2023 in Berlin)
- REHAB (Fachmesse für Rehabilitation, Therapie, Pflege, Inklusion, 15. bis 17. Juni 2023 in Karlsruhe)
- REHACARE (weltweit größte Fachmesse für Rehabilitation und Pflege, 13. bis 16. September 2023 in Düsseldorf)
- TDTB (Tag des barrierefreien Tourismus, 17. März 2023, online mit Podiumsbeitrag des AG-Sprechers Tino Richter)

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.



Neuausrichtung Reisen für Alle

Ein zentrales Thema 2023 ist die Reform des Kennzeichnungssystems „Reisen für Alle“ (RfA). Das Bundesministerium für Wirtschaft und Klima (BMWK) beauftragte im Juni 2023 die Cassini Consulting GmbH und die Prognos AG mit einem Gutachten zur strategisch-organisatorischen Neuausrichtung von RfA. Die Neuausrichtung zielt auf eine Vereinfachung im Zertifizierungsprozess sowie eine Verschlankung des umfangreichen Fragenkatalogs ab. Die OTG steht hier in engem Austausch mit den Landesmarketingorganisationen und vertritt die Interessen der AG „Leichter Reisen“. Beim Tourismusausschuss des Bundestages im November agierte Imke Wemken als Sachverständige an der öffentlichen Anhörung zur Zukunft und Weiterentwicklung von „Reisen für Alle“.

Deutschlandweit gibt es derzeit 2.566 erfasste Objekte nach „Reisen für Alle“, davon befinden sich 177 in Ostfriesland.



Faltkarte Barrierefrei

Die Faltkarte „Ostfriesland - Barrierefrei“ wurde im September 2023 mit einer Auflage von 50.000 mit neuer Ausgestaltung aufgelegt. Der bisherige Katalog „Ostfriesland – Barrierefrei“ und die bisherige Faltkarte „Ostfriesland – Barrierefreie Reiseregion“ wurden in einem Printprodukt zusammengeführt. Der neue Faltplan ist crossmedial angelegt. Alle Inhalte der Karte verweisen auf die Rubrik Barrierefreiheit auf der Webseite der OTG und sind dort in gleicher Logik, wie auf dem Faltplan, zu finden. Die Inhalte folgen dabei der Customer Journey, von Information über An/Abreise, Unterkunftssuche und Erlebnissen vor Ort. Die Kartenseite wurde kontrastreich gestaltet, um insbesondere Menschen mit Seh einschränkungen ein bestmögliches Nutzererlebnis anzubieten.

WASSER- TOURISMUS

Boots-Pass EJK/NGFK

Mit dem „Boots-Pass EJK/NGFK“ wurde 2022 gemeinsam mit verschiedenen Akteuren und Fachverbänden ein tarifliches Angebot für Schleusungen und Brückenöffnungen für Wassersportler auf dem Ems-Jade- und dem Nordgeorgsfehnkanal auf den Weg gebracht. Aufgrund des erfolgreichen Verlaufs wird der Boots-Pass auch 2024 wieder angeboten. Mit dem Projekt war auch der Aufbau eines starken Netzwerks aller Wassersportakteure in der Region verbunden.



WUNDERLINEGO-APP

Das grenzüberschreitenden Bahnprojekt „Wunderline“ verbindet die Region zwischen Bremen und Groningen. Die Ferienorte und Städte entlang der Strecke können seit 2021 spielerisch über die App WunderlineGO entdeckt werden. Auch wenn die Schienenverbindung erst Ende 2024 durchgängig befahren werden kann, verspricht die App bereits jetzt besondere Erlebnisse mit Augmented Reality. Die App kann kostenlos für Apple und Android aus dem App-Store oder dem Play-Store von Google geladen werden.

Groningen, Midden-Groningen, Oldambt, Bunde, Weener, Westoverledingen, Leer, Jümme, Augustfehn, Westerstede, Bad Zwischenahn, Oldenburg, Hatten, Hude und Delmenhorst haben jeweils eine eigene Route zu ihrem „Wunder“ für die App entwickelt.

Das Smartphone leitet die Spurensucherinnen und -sucher, eine sympathische Schaffnerin hilft dabei. Gestartet wird jeweils am Bahnhof. Auch im Jahr 2023 wurde die App fortlaufend optimiert und inhaltlich ergänzt.

Beim deutsch-niederländischen Partnertreffen im März 2023 standen die Ausarbeitung von zukünftigen Marketingkampagnen und der allgemeine Austausch der Projektpartner im Vordergrund. Im November 2023 wurde die WunderlineGO-App auf dem EDR-Studentag ca. 60 Lehrern und Lehrerinnen aus Deutschland und den Niederlanden vorgestellt. Ziel war es, Lehrkräfte für die Nutzung der mehrsprachigen WunderlineGO-App zu begeistern. Weitere Informationen zum Projekt sind auf der zweisprachigen Webseite abrufbar:

wunderline.nl/wunderline-go-app



ONLINE-MARKETING

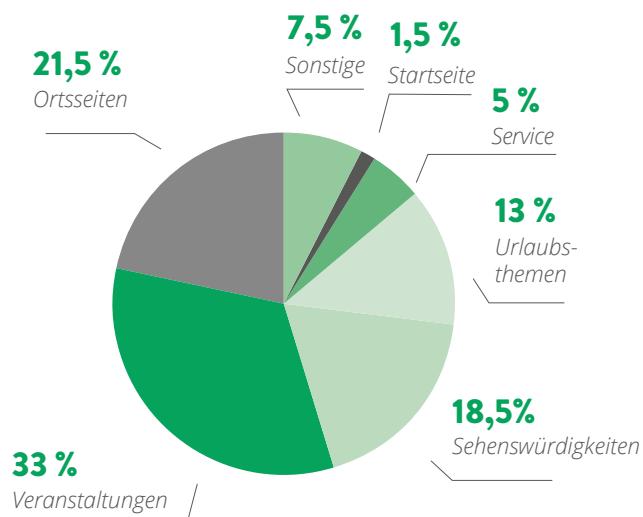
Webseite

Jeder Ferienort im Gesellschaftsgebiet der OTG wird auf den Homepages [ostfriesland.travel](#) und [ostfriesland.de](#) präsentiert. Die auf den gemeinsamen Webseiten veröffentlichten Informationen (POIs/Veranstaltungen/Gastronomie/Pauschalen) werden in der Datenbank „destination.one“ durch die Ferienorte und Städte gepflegt. 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 Ausspielung und Weitergabe aller touristischen Inhalte umgesetzt.

Die Webseite [ostfriesland.travel](#) steht dabei im Zentrum aller Online-Marketingaktivitäten der OTG. Im Jahr 2023 wurden die Webpräsenzen der OTG rund 3,6 Mio. mal besucht. 3,5 Mio. entfielen dabei auf die Webseite [ostfriesland.travel](#). Tatsächlich fallen die Zahlen aber noch höher aus. Die Nutzer haben die Möglichkeit, die Cookies beim Besuch der Webseiten abzulehnen, wodurch kein Tracking möglich ist.

Nach Abschluss des Relaunches etabliert sich die Webpräsenz [ostfriesland.travel](#) als Hauptseite. Über 97 Prozent der Zugriffe auf die Ostfriesland-Präsenzen erfolgen nun über die Hauptseite. Als neue Landingpages wurden 2023 die Themen „Krimi-Drehorte“, „Frühling in Ostfriesland“, „Live-Musik im Sommer“ und „Maritime Museen in Ostfriesland“ angelegt.

Top 7 der am häufigsten besuchten Bereiche auf [ostfriesland.travel](#)



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 Webseiten verbunden. Bedarfsweise werden neue Elemente ergänzt und Anpassungen (z. B. 360° Viewer, Newslement) vorgenommen. Das Konzept für den Relaunch ermöglicht eine technische Einbindung und eine Übernahme des grafischen Rahmens (sogenanntes Framework-Konzept). Bedarfsweise werden Schulungstermine für die Framework-Partner angeboten, um auf technische Weiterentwicklungen/Anpassungen (z. B. Typo3 Update, Cookies und Google Analytics) vorzubereiten.

Typo3 Update

Mitte 2023 begann die takuma OHG damit, das aktuelle Typo3-System Version 9.5 auf die neue Version 12 upzudaten. Dies betrifft neben der Webseiten [ostfriesland.travel](#) auch alle Framework-Partner-Webseiten. Durch das Update wird es neben einer technischen Optimierung und schnelleren Ladezeiten auch ein neues, frisches Webseiten-Design geben. Der Fokus liegt hierbei auf einer optimalen Barrierefreiheit der Webseiten und einer verbesserten mobilen Ansicht („Mobile First“). Die OTG trägt die Kosten für das Typo3-Update, von dem alle Framework-Partner automatisch profitieren.

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.data“ ist es ebenfalls möglich, Inhalte als Open Data auszuweisen. Grundlage hierfür sind die sog. Creative Commons Lizenzen. Auf diese Weise können die Daten durch externe Institutionen und Anbieter genutzt werden, so dass die Reichweite und Bekanntheit regionaler Angebote erhöht wird. 2023 wurde ein Fahrplan entwickelt, um sich der Open Data Strategie der TourismusMarketing Niedersachsen GmbH anzuschließen. Am 13. Juni waren alle Touristiker auf der ostfriesischen Halbinsel sowie aus den Landkreisen Cuxhaven, Wesermarsch und der Stadt Bremerhaven zu einem Open Data Impulstag eingeladen. Neben der TMN referierte der Fotograf Achim Meurer zum Thema Bildrechte. Das Ziel dieser Veranstaltung war, die gesamte Region über die Open Data Strategie der TMN zu informieren und zugleich praxisnahe Beispiele zu zeigen, um gemeinsam in die Umsetzung gehen zu können.

META-Unterkunftssuche

Die META-Suche unter unterkunft.ostfriesland.de aggregiert alle verfügbaren online-buchbaren Unterkünfte in Ostfriesland und bietet mit knapp 8.000 Objekten das größte Regionsangebot im Internet.

Cookie-Banner

Im Auftrag der OTG hat ein Dienstleister die Cookie-Banner aller Framework-Seiten aktualisiert und optimiert. Nach einer durchgeführten Analyse wurden Empfehlungen für die CMPs (Consent Management Plattformen) und die enthaltenen Anbieter, Zwecke, Cookies und Designeinstellungen ausgesprochen. Diese Handlungsempfehlungen wurden für die Webseiten der OTG und der Framework-Partner umgesetzt.



Google Analytics

Das bisherige Google Analytics wurde dieses Jahr deaktiviert. Über einen Dienstleister wurde für die Webpräsenzen der OTG und alle Framework-Partner die umfangreiche Einrichtung des neuen Google Analytics 4 vorgenommen, damit ein nahtloses Tracking möglich ist.

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 verschiedene Marketingkampagnen und Aktionen (z. B. Gewinnspiele oder der Adventskalender in Zusammenarbeit mit den Orten) finden sich hier wieder. Facebook und die Fotoplattform Instagram gehören für die OTG zu den wichtigsten Social Media Kanälen. Zudem präsentiert sich Ostfriesland auf Pinterest. Nach wie vor wird auch der Mikro-Bloggingdienst X mit ausgewählten Inhalten bespielt. Angesichts der Übernahme durch Elon Musk schwinden hier die Nutzerzahlen allgemein. Dennoch erzielten die Posts der OTG 2023 eine sehr große Aufmerksamkeit. Dies lag vor allem an Interaktionen mit TV-Formaten wie TV Total und TV-Persönlichkeiten wie Jan Böhmermann.

Neuer Kanal: TikTok

Durch die stetig steigende Nachfrage nach Inhalten in Form von Videos gewinnt TikTok als Plattform aktuell immer mehr an Relevanz. Gleichzeitig bietet TikTok eine Basis, um auch ein jüngeres Publikum als Zielgruppe anzusprechen. Seit August wird der TikTok Account [ostfriesland.travel](#) aktiv mit Video-Inhalten bespielt. Der Content fokussiert sich auf die Vermarktung der Reiseregion Ostfriesland, indem neben der Darstellung von Sehenswürdigkeiten und Aktivitäten, auch stark nachgefragte Themen wie Rezepte und Umweltschutz abgebildet werden. Das Publikum befindet sich mit 70 % überwiegend im Alter zwischen 18 und 34 Jahren.

Absage Tee-Emoji

Bereits die Beantragung eines eigenen Tee-Emojis bei der Emoji-Foundation hatte 2022 für eine überragende Medienresonanz gesorgt. Nach Bekanntwerden der schlussendlichen Absage im Januar 2023 fiel das Interesse den Medien sogar fast noch größer aus. Das Thema wurde beispielsweise bei Hallo Niedersachsen, bei NDR 1 Radio, im ARD-Mittagsmagazin, 1 Live und in der Hamburger Morgenpost aufgegriffen. Höhepunkt war sicherlich ein unterhaltsamer Beitrag bei TV Total mit 1,23 Millionen Zuschauern. So konnte der Absage unter dem Strich sogar noch etwas Positives abgewonnen werden, denn damit war Ostfriesland und die Teekultur erneut in aller Munde.

Ostfriesland im Podcast „Fest und Flauschig“

Die Thematisierung der OTG-Kampagne „Game of Thrones in Ostfriesland“ und der ostfriesischen Häuptlinge in zwei Folgen des Podcasts „Fest und Flauschig“ von Jan Böhmermann und Olli Schulz hat eine überragende Medienresonanz in den Sozialen Medien nach sich gezogen. Ostfriesland und die besondere Geschichte erhielt auf diese Weise eine immens hohe Aufmerksamkeit. „Fest und Flauschig“ gilt als einer der erfolgreichsten deutschsprachigen Podcasts. Nach Angaben des Streamingdienstes hat der Podcast jede Woche gut eine Million Zuhörer.

Datenbank-Schulungen

Im Datenbanksystem destination.data werden POIs, Veranstaltungen, Pauschalen und Gastronomie-Daten angelegt. Diese Daten können über verschiedene Ausspielungskanäle weitergegeben werden, z. B. eigene Webseite, Apps, Kioske/Stehlen, Smart TVs oder WLAN Login-Fenster. Um auch neue Mitarbeiter mit dem Umgang der komplexen Datenbank vertraut zu machen, führte die OTG zwei Online-Schulungen für Einsteiger mit jeweils großer Teilnehmerresonanz durch. Darauf aufbauend wurde im Herbst eine Online-Expertenschulung angeboten. An dieser Schulung nahmen über 50 Personen teil.

Umstellung Mandantenstruktur

Eine weitere Neuerung im Datenmanagement gab es mit der Umstellung der bisherigen Mandantenstruktur in der Datenbank auf ein Lizenzmodell. Zukünftig werden nur noch Pro- und Sublizenzen angeboten. Die OTG hat eine Pro-Lizenz erworben und übernimmt ab 2023 die Kosten der Sublizenz für alle sieben Gesellschafter. Damit ist eine vollständige Abdeckung der Datenbank-Nutzung für die ostfriesische Halbinsel realisiert.



Ostfriesisches Kaminfeuer

In vielen Hotels und anderen Unterkünften knistern sicherlich das ein oder andere Mal schon die Kaminfeuer auf den Bildschirmen, wenn die Gäste ihr Zimmer betreten. Wir haben uns gedacht: Das muss doch auch irgendwie noch ostfriesischer gehen. Die OTG hat daher ein ostfriesisches Kaminfeuer auf YouTube veröffentlicht. Statt auf knisterndes Feuer blickt man auf eine ostfriesische Kuhweide. Den Kühen beim friedlichen Grasen, Dösen oder beim Kontrollgang über die Weide zuschauen - das ist so herrlich entspannend und herzerwärmend. Das Video steht allen Leistungsträgern auf der ostfriesischen Halbinsel zur Darstellung z. B. auf den Bildschirmen in der Hotelloobby zur Verfügung.

Betriebe finden Informationen zur Einbindung unter:
ostfrieslandtourismus.info/ostfriesisches-kaminfeuer



Scanne mich!

Ostfriesland-Blog: Reisemagazin Teetied

Das Online Reise-Magazin „Teetied“ erzählt Geschichten über Ostfriesland und stellt besondere Persönlichkeiten aus der Region vor. Die multimedial dargestellten Inhalte erzeugen durch Storytelling und Hintergrundberichte neue Perspektiven für den Gast. Aktuell beinhaltet das Reise-Magazin 160 Artikel zu unterschiedlichsten Themen. Ein besonderes Augenmerk wird dabei auf die Vorstellung besonderer „Köpfe“ in Ostfriesland gelegt, um möglichst authentische Artikel mit hohem emotionalem Wert zu platzieren.

Die im Reisemagazin aufbereiteten Geschichten dienen oftmals der Presse oder dem Fernsehen als Grundlage für Reportagen und Dokumentationen. 2023 wurden gleich mehrere neue Artikel veröffentlicht. Besonders erfolgreich zeigte sich der Bericht über den ostfriesischen Teebauern Focke Janssen „Zwischen Teeplantagen und Teetied – Ein Tag an der Seite von Teebauer Focke Janssen“, welcher am 1. April 2023 – natürlich mit einem Augenzwinkern – veröffentlicht wurde.

teetied-ostfriesland.de



Von der Kuh zur Kugel: Ein Ausflug auf den Bauernhof der Familie Campen mit Hofladen und Eisproduktion



Der ganz besondere Schuhladen der 93-jährigen Gerta Weber in Ditzumerverlaat



Eine Kaffeerösterei im Land der Teetrinker

MARKETING

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 gehört u. a. eine Marketing-Kooperation mit dem Ravensburger Spieleverlag. 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. Im Frühjahr wurde in Zusammenarbeit mit der Kaffeerösterei Baum ein Gewinnspiel realisiert. Im Zuge dessen wurde auch ein Blog-Beitrag über die Rösterei veröffentlicht. 2023 wurden zudem einige Buchverlosungen auf den Weg gebracht. Es handelt sich dabei grundsätzlich um Buchkooperationen mit starkem Bezug zu Ostfriesland:

- „Die junge Frau und das Meer“
(Kooperation mit Sylvie Gühmann)
- „Glücksorte auf den Ostfriesischen Inseln“
(Kooperation mit Carsten Tergast)
- „Watt‘n Kochbuch“ (Kooperation mit der Nationalparkverwaltung Niedersächsische Wattenmeer anlässlich des Welterbe-Geburtstages)

Adventskalender

Auch 2023 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. 2023 wurden 74.670 Teilnahmen registriert. Die Reichweite über die verschiedenen Kanäle belief sich auf insgesamt knapp 1,5 Millionen.



Ostfriesland Shop

In unserem Ostfriesland Shop finden eingefleischte Ostfriesland-Fans alles, was das Herz begehrte. Erhältlich sind verschiedene Motivreihen, wie die beliebte Teerose, die ostfriesischen Häuptlinge oder Austin, der Austernfischer. Auch mit unserem neuen Ostfriesland-Motiv kann man seine Liebe zur Region so richtig schön zum Ausdruck bringen. Ob T-Shirt, Tasse, Kochschürze, Badelatschen oder Büdel - die Entscheidung fällt gar nicht so leicht.

MESSEN

2023 bewarb die OTG die Reiseregion Ostfriesland auf verschiedenen Messen. Dazu gehörten Messepräsenzen mit einem eigenen Stand auf der Reisen Hamburg (8.02. bis 12.02.2023, Kooperation mit dem Südlichen Ostfriesland) und die Reise und Camping Essen (22.02. bis 26.02.2023, Kooperation mit den Campingplätzen Dangast, Carolinensiel, Westoverledingen und Wiesmoor). Zusätzlich zur OTG haben sich die fünf Ostfriesland Rad-Routen auf verschiedenen Messen präsentiert. Bei der Verteilung standen der Ostfriesland Radkatalog sowie die Radkarte zu den Ostfriesland Rad-Routen im Fokus. Die Mitgliedschaft Ostfrieslands in der AG „Leichter Reisen - Barrierefreie Urlaubsziele in Deutschland“ bot darüber hinaus eine sehr gute Möglichkeit, die barrierefreien Angebote der Region auf Spezialmessen zu präsentieren. Zudem fanden Katalogverteilungen auf den Rad- und Aktivmessen durch VIA und RTM statt. Auf diese Weise wurde eine deutschlandweite Streuung der OTG-Kataloge gewährleistet.





ANZEIGEN

Über das gesamte Jahr hinweg präsentierte sich die Reiseregion Ostfriesland über Anzeigen in verschiedenen Medien. Coupon-Anzeigen zur vereinfachten Bestellung von Prospektmaterial wurden ergänzt durch Image-Anzeigen und redaktionelle Beiträge. Der Reiseschmöker 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 der ADAC Motorwelt 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 Fahrrad-fachmagazinen:

- e-Bike Touren (Ausgabe 02/23 und 05/2023)
- Radfahren (Ausgabe 02/2023)
- Neue Reiselust (03/2023)
- Schönste Radziele (Beilage Focus, Ausgabe 03/2023)
- Bike & Travel (04/2023)
- Fahrradland Deutschland Magazin (05/2023)
- Unterwegs (Beilage in der WZ, Ausgabe 09/2023)
- Radwelt vom ADFC (12/2023)

In Kooperation mit den Ostfriesland Rad-Routen wurden in der „WE+Bike“, in „Unterwegs“ (Beilage der WZ), in „MYBike Radreisen“ und „Deutschland per Rad entdecken“ 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) und dem Leserkreis Daheim (10.000 Reiseschmöker in Cafés und Arztpräxen) rundeten das Anzeigen-Spektrum ab. Hervorzuheben ist die Schaltung eines Advertorials im Reisemagazin „nah!reisen“. Das Magazin wurde im Mittelbund des SPIEGEL Nr. 18 abgedruckt. Die Reichweite des SPIEGEL beläuft sich auf rund 4,5 Millionen. Die Prospektanfragen im Zeitraum Januar bis Oktober beliefen sich auf 14.293 und lagen damit unter dem Vorjahresniveau. Das Interesse an den Printprodukten der OTG seitens der Ferienorte zeigte sich ungebrochen groß, so dass der Prospektabsatz insgesamt höher ausfällt als im Vorjahr.

MARKETING

PRINTPRODUKTE

Neben der jährlichen Neuauflage des Reiseschmökers und des Radkataloges erfolgten 2023 die Neuauflagen der Radkarte und der Campingkarte. Zudem wurde eine neue Barrierefrei Karte entwickelt. Damit wurden die bisherigen Printprodukte in diesem Bereich (Katalog Barrierefrei und Karte Barrierefreie Reiseregion) abgelöst. 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 2023)
Auflage 50.000



Radurlaub - Ostfriesland naturnah erleben
(Gültigkeit 2023)
Auflage 50.000



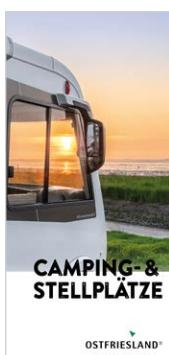
Radkarte - Ostfriesland Radrouten
(Gültig seit Juli 2023)
Auflage 70.000



Ostfriesland - Ausflugsziele
(Gültig seit Mai 2022)
Auflage 70.000



Ostfriesland - Barrierefrei
(Gültig seit Sep. 2023)
Auflage 50.000



Ostfriesland - Camping- und Reisemobilplätze
(Gültig seit Juli 2023)
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 2023)
Auflage 20.000

PRESSE- UND ÖFFENTLICHKEITSARBEIT

2023 war Ostfriesland in zahlreichen regionalen und überregionalen Presseberichten vertreten. Neben allgemeinen Berichten zur Reiseregion gehörten die Tourismusentwicklung und Auslastung in den Ferienzeiten, Fachkräfte-/Mitarbeitermangel und Energiekrise zu den dominierenden Themen. Die OTG steht bei der Kommunikation an die Presse in engem Austausch mit der TANO, um Doppelarbeiten zu vermeiden und die Kernbotschaften aufeinander abzustimmen.

2023 wurden Redakteure namhafter/reichweitenstarker Redaktionen bei ihren Recherchen in Ostfriesland betreut. Auch die Unterstützung von extern organisierten Pressereisen stellte ein Aufgabenfeld der OTG dar, wie etwa die Pressereise zum Thema Nordseeküste (Zürcher Tagblatt), welche in Zusammenarbeit mit der TMN geplant wurde.

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. 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 Webseite

Unter ostfrieslandtourismus.info ist die Webseite 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. Hier ist beispielsweise auch das neue ostfriesische Kaminfeuer (Vgl. S.11) integriert.



Wirtschaftsfaktor Tourismus

Die Tourismusbranche in Ostfriesland erzielte 2022 einen Bruttoumsatz von knapp 3,2 Milliarden Euro. Das zeigt eine aktuelle Studie zum ökonomischen Stellenwert des Tourismus in der Region im Auftrag der Ostfriesland Tourismus GmbH (OTG) zusammen mit ihren sieben Gesellschaftern. Die touristischen Aufenthaltstage bezifferten sich 2022 demnach insgesamt auf 58,18 Millionen, allein davon 28,1 Millionen durch Tagesgäste. Übernachtungsgäste geben im Durchschnitt 90,50 Euro pro Tag aus, während Tagesausflügler durchschnittlich 29,40 Euro in Ostfriesland lassen. Mit der Studie wird die große Bedeutung des Tourismus in Ostfriesland als Umsatzbringer untermauert. Durch die Beteiligung der fünf Landkreise und zwei kreisfreien Städte im Gesellschaftergebiet der OTG stehen auch wichtige Ergebnisse auf teilregionaler Ebene zur Verfügung. Insgesamt fällt der Bruttoumsatz (-0,9 Prozent) allerdings geringer aus als bei der letzten Untersuchung für das Jahr 2019. Die Gründe hierfür liegen in dem geringeren Aufkommen an Übernachtungen in Beherbergungsbetrieben und weniger Tagesgästen bei gleichzeitig (inflationsbedingten) gestiegenen Reiseausgaben. 2022 kann allerdings immer noch von einer postpandemischen Situation mit vielen verschiedenen Einflussfaktoren auf die Tourismusbranche die Rede sein. So wurden 2022 zum Beispiel auch wieder vermehrt ausländische Ziele angesteuert. Deutschlandweit reichten die meisten Regionen noch nicht wieder an das Vor-Corona-Niveau heran. Insbesondere der Tagestourismus in Ostfriesland zeigt aber deutlichere Erholungstendenzen als in vielen anderen Regionen.



NETZWERKE

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. 2023 fanden verschiedenen Arbeitskreissitzungen zu den Themen Barrierefrei, Nachhaltigkeit und Radtourismus statt. Dort, wo möglich, sind mit den Arbeitskreisen immer auch Besichtigungen von Praxisbeispielen verbunden. So fand beim AK Barrierefrei eine Führung über die maritime Nationalparkpromenade das DECK, mit besonderem Blick auf dessen barrierefreie Ausgestaltung statt.

Der AK Nachhaltigkeit informierte sich vor Ort über die nachhaltigen Aktivitäten in Carolinensiel. Zusätzlich wurde 2023 ein Camping AK ins Leben gerufen, der als Plattform für den Austausch zu allgemeinen Themen im Campingtourismus gilt. Die Auftaktveranstaltung stieß auf großes Interesses – insgesamt nahmen 24 Touristiker und Campingplatzbetreiber teil.

Zur Einstimmung fand eine Besichtigung des neuen Campingplatzes Friesensee in Isums statt. Im Anschluss daran ging es um den inhaltlichen Austausch. Aufgegriffen wurde eine breite Themenpalette - angefangen bei aktuellen Trends und Entwicklungen im Campingtourismus über Online-Buchbarkeit bis hin zum Umgang mit Wildcampern.



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.

PARTNER

Tourismus-Agentur Nordsee GmbH (TANO)

Die TANO wurde zum 24.01.2022 gegründet und nahm zum 01.11.2022 die operative Arbeit auf. 2023 nahm der Prozess an Fahrt auf, der die Zusammenarbeit zwischen der TANO und den Teilregionen, damit u. a. auch der OTG, ausgestaltete. Die OTG ist im fortlaufenden und kollegialen Austausch mit der TANO zu den verschiedensten Themen (u. a. Online-Marketing, Datenbankmanagement, Pressearbeit, Messen, Camping, Merchandising). Ziel ist es, die konkreten Herausforderungen und Handlungsfelder zu identifizieren, Doppelarbeiten zu vermeiden sowie gemeinsame Lösungsansätze zu erarbeiten.

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 „Niedersachsen HUB“, „Aktivtourismus“, „Social Media“ und „Reisen für Alle“ sowie in der Pressearbeit bietet die Landesorganisation eine wichtige Plattform für Austausch, Kooperation und Marketing.

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.

Nationalpark-Partnerschaft

2023 hat die OTG erfolgreich die Rezertifizierung der Nationalpark-Partnerschaft abgeschlossen. Damit ist die OTG weiterhin berechtigt, das Zertifikat „Partner Nationalpark und UNESCO-Biosphärenregion Niedersächsisches Wattenmeer“ zu führen. Die OTG verpflichtet sich damit freiwillig, bestimmte Qualitätskriterien und Gütestandards zum Schutz des Wattenmeeres einzuhalten.

LandTouristik e. V.

Auf Initiative und in Kooperation mit dem LandTouristik e.V. wurden 2023 zwei Infoveranstaltungen für Landwirte zu den Chancen der Einkommenskombination (Ferienwohnungen auf dem Hof, Direktvermarktung, Hofcafé) angeboten. Ziel war es, die verschiedenen Potenziale im Landtourismus aufzuzeigen. Eingebunden waren neben Kreislandvolkverband und Landwirtschaftlichem Hauptverein auch die jeweiligen Bauordnungsämter und die Wirtschaftsförderung. Damit waren auch Fragestellungen zu Genehmigungsverfahren und möglichen Förderkulissen abgedeckt.

Oldenburgisch-Ostfriesischer Wasserverband (OOVV) / Einfach Heimat

In Kooperation mit dem OOVV 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 Abständen werden gemeinsame Aktivitäten identifiziert, um möglichst große Synergieeffekte für beide Partner zu erzielen.



PARTNER



PARTNER



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
VAN VLYTEN**

Online-Marketing

Tel. 04 91 | 91 96 96 96

vanvlyten@ostfriesland.travel



**MAIKE
GELDER**

Online-Marketing

Tel. 04 91 | 91 96 96 57

gelder@ostfriesland.travel



CAROLIN EWEN

Barrierefreier Tourismus und
Nachhaltigkeit

Tel. 04 91 | 91 96 96 66

ewen@ostfriesland.travel



ELLA RÖSING

Campingtourismus,

Radtourismus, Förderprojekte

Tel. 04 91 | 91 96 96 63

roesing@ostfriesland.travel



**SARAH
SÜHWOLD**

Auszubildende

Tel. 04 91 | 91 96 96 68

suehwold@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

Redaktion:

Ostfriesland Tourismus GmbH

Gestaltung:

m01n digitalagentur

Druck:

printoo GmbH, Drucklegung: Dezember 2023

Fotos:

Ostfriesland Tourismus GmbH, m01n digitalagentur (S. 11),
FeuerQuell Fotografie (S. 2, 18), Ina Mennenga (Titel), Achim
Meurer (S. 3, 4, 6, 13, 19), Jörg Syberg (S. 6)

**OSTFRIESLAND®**

Mit dem

"Kuh-R Code"

zur Webseite



TOURISMUS IN OSTFRIESLAND

Wirtschaftsfaktor Tourismus 2022



3.197,2
MIO EURO
BRUTTOUMSATZ

+8,6 % gegenüber 2016
-0,9 % gegenüber 2019

Tagesgäste inkl. VFR*:

994,9
Mio Euro

Übernachtungsgäste:

2.202,3
Mio Euro

bei Familie, Freunden und Bekannten*: 5,75 Mio

in Beherbergungsbetrieben: 24,33 Mio



Quelle: Ostfriesland Tourismus GmbH, Daten: dwif 2023 - Wirtschaftsfaktor Tourismus für Ostfriesland 2022, Landesamt für Statistik Niedersachsen

Steueraufkommen aus dem Tourismus durch Mehrwertsteuer und Einkommensteuer ca.

(plus zusätzliche Steueraufkommen bzw. weitere Gebühren- und Beitragseinnahmen)

286,3
MIO EURO

BESCHÄFTIGUNGSEFFEKTEN DURCH DEN TOURISMUS

66.960 PERSONEN,



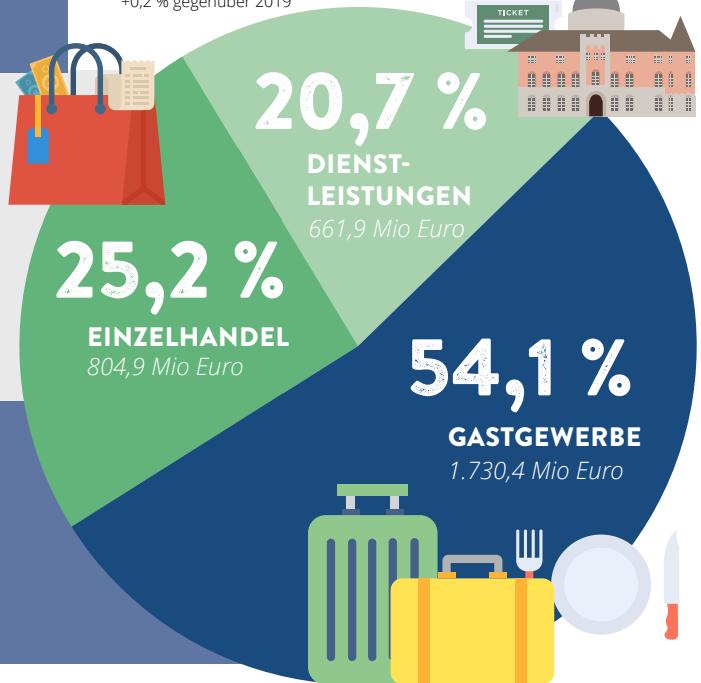
die durch die touristische Nachfrage in Ostfriesland ein durchschnittliches Primäreinkommen (= 23.944 €/Kopf & Jahr) beziehen könnten.

DER TOURISTISCHE EINKOMMENSBEITRAG

1.597,4
MIO EURO

+9,6 % gegenüber 2016
+0,2 % gegenüber 2019

Relativer Beitrag zum Primäreinkommen: 8,6 %



AUENTHALSTAGE

Insgesamt:

58,18
MIO



*VFR = auch „visits of friends and relatives“ genannt

AUSGABEN IM DURCHSCHNITT

29,40 €

von Tagesreisenden inkl.
VFR* pro Kopf & Tag



90,50 €

von Übernachtungsgästen
(ohne VFR*) pro Kopf & Tag

ÜBERNACHTUNGEN & ANKÜNFTE

in gewerblichen Betrieben inkl. Camping 2012 bis 2022
Ø-Auslastung der Betriebe: 38,2%
Ø-Aufenthaltsdauer: 4,8 Tage

