

2016



Ostfriesland

Jahresbericht 2016



OSTFRIESLAND®

Sehr geehrte Damen und Herren,

die Ostfriesland Tourismus GmbH (OTG) wurde 2004 mit dem Ziel gegründet, den Tourismus auf der ostfriesischen Halbinsel im Interesse der Gesellschafter effizient und erfolgsorientiert zu fördern. Dies geschieht einerseits durch zielgerichtete Marketingaktivitäten, die nach außen wirken, als auch durch ein aktives Binnenmarketing, das Grundlage für die Schaffung von Kooperationen und Synergieeffekten ist.

Mit diesem Jahresbericht möchten wir Ihnen einen Eindruck davon vermitteln, was wir im Jahr 2016 für die Reiseregion Ostfriesland getan haben – übersichtlich und prägnant. Anhand der Überschriften Organisation, Kooperation und Marketing stellen wir Ihnen die Meilensteine unserer vielfältigen Tätigkeiten vor.

Die Auswirkungen der gesellschaftlichen Megatrends sind auch in Ostfriesland spürbar. Die Globalisierung, die zunehmende Digitalisierung, der demografische Wandel und die Forderung nach mehr Nachhaltigkeit beeinflussen die einzelnen Faktoren der touristischen Nachfrage und wirken sich damit auch direkt auf unsere Arbeit aus. Wir sind stolz darauf, dass wir diesen Herausforderungen mit innovativen Projekten begegnen.

Unser Dank gilt allen Partnern und Touristikern der Region für ihre engagierte und kompetente Kooperationsbereitschaft, ohne die unsere Tätigkeit nicht möglich wäre. Ganz besonders möchten wir unseren Gesellschaftern für ihr anhaltendes Vertrauen und ihre Unterstützung danken.

Imke Wemken



Inhaltsverzeichnis

Vorwort	2
Organisation	4
Grenzübergreifendes Projekt „Watten-Agenda“ gestartet	4
Ostfriesland wird Modellregion für Kulturtourismus	4
Intranet und Newsletter informieren über Aktuelles der Tourismusbranche	5
Regionales Tourismuskonzept stellt Weichen für die Zukunft	5
Tourismuscamp kommt nach Ostfriesland	5
Mehr Qualität durch Weiterbildungen und Zertifizierungen	5
Kooperation	6
AG „Barrierefreie Reiseziele in Deutschland“: Ein starker Verbund	6
TourismusMarketing Niedersachsen: Erfolgreiche Kooperation auf Landesebene	6
„Radio 21 – On-Air-Am-Meer“- Tour: Ostfrieslands Touristiker ziehen an einem Strang	6
Camping-Anbieter präsentieren sich gemeinsam auf der Messe „Reisen + Camping“	7
Arbeitskreise ermöglichen gezielten Austausch	7
Kooperationsprojekt mit der LEB: Barrierefreie Gästeführungen für Alle	7
Marketing	8
Online-Marketing	8
Printprodukte: Themenkataloge trotz zunehmender Digitalisierung von großer Bedeutung	9
PR & Öffentlichkeitsarbeit	10
Anzeigen: Schwerpunkte Radtourismus und Reiseführer	10
Messen: Neue Quellmärkte	11
Radtourismus: Neue Wege in der Vermarktung	12
Wandertourismus: Bestandserfassung der Wanderwege abgeschlossen	12
„Reisen für Alle“: Ostfriesland niedersachsenweit Vorreiter	13
Wirtschaftsfaktor Tourismus	14
Mitarbeiter	15



Auftaktveranstaltung „Watten-Agenda“

„Mit dem Projekt „Watten-Agenda“ soll eine neue umsetzungsorientierte Struktur der grenzübergreifenden Wattenmeer-Zusammenarbeit entstehen, die einen nachhaltigen und wertschätzenden Tourismus zum Erhalt und Schutz des Weltnaturerbes in den Mittelpunkt stellt.“

Grenzübergreifendes Projekt „Watten-Agenda“ gestartet

Mit der Auftaktveranstaltung am 18.02.2016 im niederländischen Bad Nieuweschen wurde der Startschuss für das grenzübergreifende Förderprojekt INTERREG V A „Watten-Agenda“ gegeben. Gemeinsam mit der Nordsee GmbH, Marketing Groningen, Provincie Fryslân, der Nationalparkverwaltung Niedersächsisches Wattenmeer und der Internationalen Dollard Route e.V. werden bis Ende 2018 13 Maßnahmen aus vier Arbeitspaketen umgesetzt:

1. Sensibilisierung und Begeisterung für das Wattenmeer
2. Wissen und Wissensvernetzung zum Wattenmeer
3. Verknüpfung nachhaltiger Erlebnisformen mit dem Wattenmeer
4. Kommunikation des Wattenmeeres über die Region hinaus

Als Lead-Partner ist die OTG für die Koordination des Projekts zuständig. Neben der Ausrichtung regelmäßiger Jour fixe Sitzungen und strategischer Runden sowie das Erstellen von Fortschrittsberichten und Newslettern, fällt die Mittelanforderung in den Zuständigkeitsbereich der OTG. Darüber hinaus engagiert sich die OTG inhaltlich bei folgenden Maßnahmen: Entwicklung eines grenzübergreifenden Wanderangebots (Koordination), Planung und Durchführung jährlich stattfindender Infotouren zum Wattenmeer, Weltnaturerbe-Kommunikation auf neuen Wegen.

Ostfriesland wird Modellregion für Kulturtourismus

Ostfriesland wurde im März 2016 vom BMWi zur Kulturmodellregion im Rahmen des Bundesprojektes „Die Destination als Bühne: Wie macht Kulturtourismus ländliche Regionen erfolgreich“ ernannt. Das BMWi wählte Ostfriesland dabei aus 77 Reiseregionen, die sich als Modellregion beworben haben, aus. Weitere ausgewählte Destinationen sind Oberlausitz-Niederschlesien und die Zugspitzregion. Ziel des Projektes ist die Verstärkung des kulturtouristischen Netzwerkes Ostfrieslands und die Schaffung von Ansätzen für dessen fördermittelunabhängige Finanzierung.

„Als eine von bundesweit drei kulturtouristischen Modellregionen hat Ostfriesland jetzt die Chance, gerade im kulturellen Bereich touristische Angebote noch besser zu vermarkten.“

(Olaf Lies, Niedersächsischer Minister für Wirtschaft, Arbeit und Verkehr)

Intranet und Newsletter informieren über Aktuelles der Tourismusbranche

Das neue Intranet unter www.ostfriesland-intranet.de bietet Ostfrieslands Touristikern zahlreiche Informationen, u.a. Protokolle, Informationen von Fachverbänden, Jobangebote und vieles mehr. Mitglieder haben zudem die Möglichkeit, selbst Beiträge zu verfassen und sich in Themen-Gruppen direkt auszutauschen. Das neue Newsletter-Format „Elführtje“ informiert Touristiker darüber hinaus immer zum 11ten des Monats über Aktuelles im Ostfriesland-Tourismus.



Regionales Tourismuskonzept stellt Weichen für die Zukunft

Die OTG hat 2016 das „Regionale Tourismuskonzept 2020 für Ostfriesland“ erarbeitet. Kernelemente des Konzeptes sind eine SWOT-Analyse und daraus abgeleitete Handlungsempfehlungen und Entwicklungsziele für die Destination Ostfriesland. Zudem enthält das Konzept Aussagen zur wirtschaftlichen Bedeutung des Tourismus, inklusive einer Neuberechnung des Wirtschaftsfaktors Tourismus für Ostfriesland durch das Beratungsunternehmen dwif. Das regionale Tourismuskonzept ist zwingende Voraussetzung für das Einwerben von Fördermitteln für touristische Vorhaben. Das Konzept wurde in einer Online-Fassung veröffentlicht und steht im Intranet der OTG zum Download bereit.

Tourismuscamp kommt nach Ostfriesland



In einem bundesweiten Abstimmungsprozess konnte die OTG gemeinsam mit der Wilhelmshaven Touristik & Freizeit GmbH und der Jade Hochschule das Tourismuscamp 2017 für die Region gewinnen. Am Wochenende vom 27.–29. Januar 2017 bietet das Barcamp in Wilhelmshaven eine Plattform, auf der sich bis zu 150 Fach- und Führungskräfte aus dem Tourismusbereich mit neuen Themen und Ideen im Tourismus auseinandersetzen, diskutieren und gemeinsam neue Produkte oder Ansätze entwickeln. Mit der Austragung des Tourismuscamps erhält Ostfriesland die Chance, sich bei touristischen Akteuren aus dem gesamten Bundesgebiet modern und innovativ zu präsentieren.

Mehr Qualität durch Weiterbildungen und Zertifizierungen

Der zunehmende Wettbewerb der Destinationen sowie die steigenden Ansprüche der Gäste führen zu einer verstärkten Qualitätsorientierung im Tourismus. Vor diesem Hintergrund informiert die OTG über Weiterbildungs- und Zertifizierungsangebote, bietet selbst Weiterbildungen an und macht sich für die Umsetzung von Qualitätsstandards in Ostfriesland stark. Neben dem Seminar „Veranstaltungsrecht“ am 13.04. und „Barrierefreie Veranstaltungen“ am 15.12. bot das Touristiker-treffen am 16.11. informative Vorträge zur Zukunft der DMOs und zu neuen technischen Applikationen im Tourismus. Die OTG nimmt an der Serviceoffensive ServiceQualität Deutschland teil und setzt sich für die Umsetzung des bundesweiten Erhebungs- und Zertifizierungsprojekts „Reisen für Alle“ und die nieder-sachsenweite Zertifizierung KinderFerienLand ein.

„Die Fähigkeit sich im Wettbewerb mit anderen nationalen und internationalen Destinationen zu behaupten, wird auf Dauer (...) vor allem die Qualität eines Angebots entscheiden.“

(Strategischer Handlungsrahmen für die Tourismuspolitik auf Landesebene, Niedersächsisches Ministerium für Wirtschaft, Arbeit und Verkehr, 2015)



AG „Barrierefreie Reiseziele in Deutschland“: Ein starker Verbund

Seit 2012 ist die OTG Mitglied der AG „Barrierefreie Reiseziele 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 (u.a. Messeauftritte, Website, Pressearbeit, Facebook) sehr gute Möglichkeiten für ein zielgerichtetes Marketing.

„Ostfriesland und die anderen Mitglieder der Arbeitsgemeinschaft „Barrierefreie Reiseziele in Deutschland“ leisten gemeinsame Pionierarbeit bei der Entwicklung von barrierefreien Reiseangeboten. Die erfolgreiche Zusammenarbeit im Marketingbereich wird komplettiert durch den unbezahlbaren Mehrwert an Know-how-Transfer zwischen unseren Destinationen und das kollegiale Miteinander – die AG ist ein starker Verbund engagierter Partner.“

(Dr. Carmen Hildebrandt, Geschäftsführerin Erfurt Tourismus und Marketing GmbH / Sprecherin Arbeitsgemeinschaft „Barrierefreie Reiseziele in Deutschland“)

TourismusMarketing Niedersachsen: Erfolgreiche Kooperation auf Landesebene



TourismusMarketing
niedersachsen

Als Mitglied der Tourismusversammlung und verschiedener Facharbeitskreise ist die OTG eng in die Arbeit der TMN eingebunden. Vor allem innerhalb der Themen „Aktivtourismus“ und „Reisen für Alle“ sowie in der Pressearbeit bietet die Landesorganisation eine gute Plattform für Austausch, Kooperation und Marketing. Im Rahmen der Zusammenarbeit wurden 2016 unter anderem folgende Marketingaktivitäten umgesetzt: Beilage im DJH Mitgliedermagazin extratour mit Bericht zum Radfahren in Ostfriesland; Darstellung Ostfrieslands Radtouren in „Die 100 schönsten Radtouren in Niedersachsen“; diverse Blog-Beiträge zum barrierefreien Reisen in Ostfriesland auf „Roll the planet“.

„Radio 21 – On-Air-Am-Meer“- Tour: Ostfrieslands Touristiker ziehen an einem Strang



Radio21-Tour 2016

Auf der On-Air-Am-Meer Tour mit RADIO21 ging es vom 11. bis 15. Juli 2016 auf eine Infotour durch das UNESCO Weltnaturerbe Wattenmeer. An fünf verschiedenen Standorten haben die Touristiker vor Ort ein abwechslungsreiches Programm für die Teilnehmer entwickelt. Dabei standen täglich neue Fortbewegungsmittel auf dem Programm. Die Tour wurde bei RADIO21 mit Reportagen, Interviews und Gewinnspielen begleitet. Pro Tag wurden über 1,5 Millionen Hörer aus Niedersachsen, Bremen, Rheinland Pfalz und Teilen von Hessen erreicht.

Camping-Anbieter präsentieren sich gemeinsam auf der Messe „Reisen + Camping“

Auf dem Gemeinschaftsstand auf der Reise + Camping Essen vom 24.02.–28.02.2016 haben sich unter Federführung der OTG folgende Partner erfolgreich präsentiert: Kurverwaltung Nordseebad Dangast, Tourismus GmbH Gemeinde Dornum, Tourismusbetrieb Esens-Bensersiel – Eigenbetrieb der Stadt Esens, Kurverein Neuharlingersiel e. V., Südbrookmerland Touristik GmbH, Wangerland Touristik GmbH, Wohnungsbau- und Entwicklungs GmbH Westoverledingen. Zusätzlich zu den eigenen Katalogen der Partner wurden die Ostfriesland Campingkarte sowie zahlreiche OTG-Themenkataloge verteilt.

„Ein gemeinschaftlicher Messeauftritt bedeutet für die Partner nicht nur geringeren Organisationsaufwand und geringere Kosten. Ein professioneller Auftritt unter einem Dach führt auch zu mehr Aufmerksamkeit und damit zu mehr Erfolg.“

(Friedo Gerdes, Wangerland Touristik GmbH)

Arbeitskreise ermöglichen gezielten Austausch

Regelmäßig stattfindende Arbeitskreise ermöglichen einen gezielten, themenspezifischen Austausch zwischen den Touristikern der ostfriesischen Halbinsel. Während die Arbeitskreise „Rad“, „Internet“ und „Reiseführer“ dazu dienen, Themen fachlich zu diskutieren und Lösungswege abzustimmen, beinhaltet der Arbeitskreis „Barrierefrei“ schulende Aspekte und steht allen Touristikern der Region offen.

Arbeitskreis	Datum	Themen
Internet-AK	01.03.2016	Auswertungen Meta-Suche, Externe Vertriebspartner, Überblick Online-Marketing-Aktivitäten der OTG
Rad-AK	24.05.2016	Neuausrichtung der „Starken Routen“, Radkatalogvorbereitung
Reiseführer-AK	28.05.2016	Anpassung des Reiseführers an zunehmende Digitalisierung
Camping-AK	05.06.2016	Nachbesprechung der Messe „Reise + Camping 2016“ in Essen
Barrierefrei-AK	21.06.2016	Neues aus dem Projekt „Reisen für Alle“, Austausch
Rad-AK	12.09.2016	Routenplaner, Anpassung des Radkartenflyers an die „Ostfriesland Rad-Routen“ (ehemals „Starke Routen“)
Camping-AK	29.11.2016	Vorbereitung der Messe „Reise + Camping 2017“ in Essen
Barrierefrei-AK	15.12.2016	Vortrag „Barrierefreie Veranstaltungen“, Austausch

Kooperationsprojekt mit der LEB: Barrierefreie Gästeführungen für Alle

Das 2015 mit der LEB begonnene Kooperationsprojekt „Barrierefreie Gästeführungen“ hat in der Region großes Interesse hervorgerufen. Bereits 37 Gästeführer, Wattführer und Mitarbeiter von Museen haben sich im Februar und im April 2016 im Rahmen der Fachseminare „Barrierefreie Gästeführungen für Alle“ weitergebildet. Aufgrund der großen Nachfrage und der kooperativen Zusammenarbeit werden zukünftig in regelmäßigen Abständen weitere Schulungen zu den unterschiedlichen Aspekten barrierefreier Führungen angeboten.



Teilnehmer der Weiterbildung

Online-Marketing

www.ostfriesland.de : Kontinuierlicher Ausbau der Webpräsenz

2016 wurden diverse Rubriken und Themen ausgebaut und für Suchmaschinen optimiert. Insbesondere die Ortsseiten und die Unterkunftssuche profitierten durch zusätzliche Zugriffe.

Marketingpakete: Neues Konzept bietet Orten zielgerichtete Online-Vermarktung

Damit sich Orte auf der Webpräsenz und auf den Social Media Plattformen der OTG über die Grundversorgung hinaus platzieren können, hat die OTG Online-Marketing-Pakete entwickelt. Zusätzlich ist es nun möglich einzelne Anwendungen und Software Produkte, z.B. ein Online Gästebefragungstool, zu nutzen.

Social Media: Mehr Reichweite durch Marketingkooperationen

Durch verschiedene Kooperationen wurde Ostfriesland insbesondere im Facebook-Umfeld bekannt gemacht. So wurden z.B. mit dem Ravensburger Spieleverlag ein Online Memory Spiel mit Motiven aus Ostfriesland entwickelt, zum Start des Films „Ostfriesisch für Anfänger“ verschiedene Aktionen mit der Bertelsmann Gruppe realisiert und mit dem Friesischen Brauhaus zu Jever ein Online-Gewinnspiel durchgeführt.

Kommunikation: Real-time und Influencer Marketing für Ostfriesland

Real-Time und Influencer Marketing gilt in der Werbebranche als Königsdisziplin. Hierbei werden aktuelle Situationen in das Marketing mit aufgenommen oder Nutzer mit großer Reichweite ins Marketing mit eingebunden. Durch verschiedene kreative und innovative Einzelaktionen konnte Ostfriesland punkten.

„Mit der Lichternacht und der Pokémon-Jagd haben wir zwei Elemente verbunden, die unterschiedliche Altersgruppen in den Kurpark ziehen.“

(Ina Schuler, Bad Zwischenahner Touristik GmbH)

Aktuelle Darstellung der Ortsseiten

Real-time Aktion Pokémon

Printprodukte: Themenkataloge trotz zunehmender Digitalisierung von großer Bedeutung

Trotz zunehmender Digitalisierung spielen Printmedien im Tourismusmarketing eine große Rolle. Mit dem Reiseführer als Kopf der Ostfriesland-Prospektfamilie steht ein Katalog zur Verfügung, der die touristischen Attraktionen der Ferienorte gleichgewichtet anhand von Themen darstellt. Die Themenkataloge ergänzen den Reiseführer um detailliertere Informationen zu den jeweiligen Themen. Der Vertrieb erfolgt direkt über den Prospektversand (SCT: über 20.000 Prospektanfragen und 3.500 telefonische Anfragen, Versendung von über 100.000 Einzelkatalogen), durch die Auslage auf Messen, durch Coupon-Anzeigen, durch Beilage und durch die Verteilung von Partnern.

Katalog	Auflage
Reiseführer 2015	50.000
Radkatalog 2016	50.000
Radkarte 2016	70.000
Kulturrkatalog (Gültig seit Nov. 2014)	20.000
Barrierefrei-Katalog (Gültig seit Dez. 2014)	20.000
Campingkarte 2016/2017	50.000

„Um die Zufriedenheit der Gäste mit den Printmedien der OTG zu ermitteln, fand 2016 eine schriftliche Befragung zum Reiseführer statt. Die Ergebnisse der Befragung zeigen, dass 25 % eine verstärkte crossmediale Ausrichtung wünschen. Viel wichtiger ist den Lesern allerdings die inhaltliche Ausrichtung: 44 % wünschen sich mehr persönliche Geschichten und Insidertipps.“



PR & Öffentlichkeitsarbeit

Pressearbeit: Aktive Betreuung der Medien

Durch die Aussendung von Pressemitteilungen, die Betreuung von journalistischen Anfragen und die Umsetzung von Pressereisen fand 2016 wieder eine aktive Betreuung der Medien statt. Um die Reiseregion Ostfriesland in der regionalen und überregionalen Presse zu platzieren, wurden insgesamt 21 Pressemitteilungen ausgesandt. Darüber hinaus unterstützte die OTG bei 45 journalistischen Anfragen von Presse, Radio und TV. Entstanden sind daraus unter anderem Beiträge in den Printmedien „Liebes Land“, „Mair Dumont“ oder „Trekkingbike“, in den TV-Formaten „WDR: Wunderschön – komm wir radeln ans Meer“, „ZDF: Menschen – das Magazin“ oder „NDR: mare TV“ sowie diverse Ausstrahlungen im Radio. Insgesamt wurden sechs Pressereisen organisiert und durchgeführt, u.a. zu den Themen Tee, Krimi, Wandern, Camping und Familie. Die umfangreiche Bilddatenbank, die Journalisten als kostenloser Service zur Verfügung steht, und die Pressekooperationen mit der TMN und der DZT runden die aktive Pressearbeit ab.

„Die redaktionelle Unterstützung der Journalisten durch die OTG ist vorbildlich – nur die NASA ist schneller.“

(Winfried Dulisch, freier Journalist)

Medienbeobachtung: 77 Mio. erreichte Leser

Mit rund 160 Veröffentlichungen im Bereich Print konnten über 37 Mio. Leser erreicht werden. Der überwiegende Teil der Veröffentlichungen (64% der Veröffentlichungen, 35 Mio. Reichweite) erfolgte in der überregionalen Presse. Inhaltlich wurden vor allem allgemeine Reiseberichte sowie Artikel über Auslastungszahlen abgedruckt. Aber auch die Themen Radtourismus (3,24 Mio.), barrierefreier Tourismus (2,27 Mio.) und Kulturtourismus (2,07 Mio.) erhielten eine beachtliche Reichweite. Darüber hinaus ist die Anzahl der Online-Abdrucke ungebrochen. Mit 285 Veröffentlichungen wurden mehr als 40 Mio. Leser erreicht.



www.ostfriesland.de

Ihr perfekter Radurlaub

Bestellung und Infos unter:
Ostfriesland Tourismus GmbH • Ledastraße 10 • 26789 Leer
Tel. 04 91 / 91 96 96 60 • urlaub@ostfriesland.de
www.ostfriesland.de

Der neue Radkatalog ist da!

Unser Service für Sie:

- ✓ Kompetente und umfangreiche Beratung
- ✓ Ausarbeitung Ihres persönlichen Radurlaubes
- ✓ Buchung von Arrangements zum Komplettpreis
- ✓ Ausarbeitung von Gruppenangeboten
- ✓ Buchung Ihrer Unterkunft
- ✓ Gepäcktransfer von Hotel zu Hotel
- ✓ Internetrubrik Radfahren mit Radroutenplaner
- ✓ Einfach anrufen unter 04 91-91 96 96-66

Unterstützt durch: INTERREG Deutschland-Niederrhein, Europäische Union, OSTFRIESLAND®

Anzeigen: Schwerpunkte Radtourismus und Reiseführer

Über das gesamte Jahr verteilt wird die Reiseregion Ostfriesland über Anzeigen in verschiedensten Medien präsentiert. Coupon-Anzeigen, die dem Leser ein einfaches Bestellen von Prospektmaterial ermöglichen, werden ergänzt durch Image-Anzeigen und redaktionelle Beiträge. Der Reiseführer wurde mit insgesamt 16 Anzeigen vor allem in reichweitenstarken, themenübergreifenden Medien wie der Apotheken-Umschau und der ADAC Motorwelt präsentiert. Das Thema „Radurlaub in Ostfriesland“ wurde mit zehn Anzeigen in zielgruppenspezifischen Magazinen wie „ADFC Radurlaub“, „Fahrrad News“ oder „RadWandern“ beworben. Besonders erfolgreich war hierbei die Aktion im Magazin Trekkingbike, die eine Anzeige mit der Beilage des Radkatalogs und einer Reportage verband. Drei Anzeigen präsentierten das Thema „Barrierefreier Urlaub“. In Gemeinschaftsanzeigen der AG „Barrierefreie Reiseziele in Deutschland“ wurde Ostfriesland darüber hinaus in den Medien „Handicapped-Reisen“, „DB – Mobil mit Handicap“ und „REHA-Einkaufsführer“ präsentiert.

Messen: Neue Quellmärkte

2016 war die OTG auf zahlreichen Messen vertreten um dort für die Reiseregion Ostfriesland zu werben. Neben renommierten Messen der Tourismusbranche, die neben dem Kontakt mit Endverbrauchern auch einen gezielten Austausch mit Fachbesuchern ermöglichen, wurden zahlreiche Messen besucht, die sich spezifisch an die Zielgruppen im Radtourismus, Camping-tourismus und barrierefreien Tourismus richten. Um Neukunden v.a. aus Österreich und der Schweiz zu akquirieren, präsentierte sich die OTG 2016 erstmals auf der Ferien Messe in Wien und auf der „Urlaub, Freizeit, Reisen“ in Friedrichshafen. Die Prospektverteilung auf Rad- und Aktivmessen durch VIA, RTM und die TMN hat sich bewährt und wurde auch 2016 wieder in Auftrag gegeben. Die Mitgliedschaft Ostfrieslands in der AG „Barrierefreie Reiseziele in Deutschland“ bietet darüber hinaus eine sehr gute Möglichkeit, die barrierefreien Angebote der Region auf Spezialmessen zu präsentieren.

Um Messekooperationen der ostfriesischen Ferienorte zu fördern, wurde das Thema 2016 in diversen Gremien und Arbeitskreisen diskutiert. Erste Lösungsansätze werden 2017 in einem dazu gegründeten Arbeitskreis verdichtet.

Messe	Datum
ReiseMarkt Rhein-Neckar-Pfalz Mannheim	08.-10.01.2016
Ferien Messe Wien	14.-17.01.2016
Reisemesse Reisewelt Düsseldorf	14.02.2016
Hamburg Reisen	17.-21.02.2016
Reise + Camping Essen	24.-28.02.2016
ITB Berlin	09.-13.03.2016
Tourismus-Messe Friedrichshafen	16.-20.03.2016
Do-City bewegt sich	27.-28.05.2016
NDR Landpartiefest Rendsburg	28.-29.05.2016
Reisemesse Kassel	05.-06.06.2016
Prospektverteilung über VIA Urlaubsservice (17 Radmessen deutschlandweit)	diverse
Prospektverteilung über TMN (f.r.e.e. München, Fietsvakantie- en Wandelbuers in Utrecht und Amsterdam)	diverse
Prospektverteilung über RTM (Reisebörse Regensburg und Bremen)	diverse
Gemeinschaftsstand der AG „Barrierefreie Reiseziele in Deutschland“ (u.a. Rehacare, Miteinander Leben, IRMA)	diverse

- Messen
- Prospektverteilung
- Messen der AG „Barrierefreie Reiseziele“



„Radtourismus ist das verbindende Element in Ostfriesland. Die OTG bildet dabei eine ideale Plattform für Austausch und Kooperation.“

(Kurt Radtke, Touristik GmbH Südliches Ostfriesland)



Radtour in Weener

Radtourismus: Neue Wege in der Vermarktung

Die gemeinsame radtouristische Vermarktung auf der Ostfriesischen Halbinsel richtet sich ab 2017 neu aus und die Weichen dafür wurden in 2016 gestellt. Das Angebot an Mehrtagestouren wurde um die Ostfrieslandtouren (Wasser und Weite, Gärten und Schlösser, Alte und neue Häfen, Seeräuber und Häuptlinge) bereinigt und eine Fokussierung auf die „Ostfriesland Rad-Routen“ (Internationale Dollard Route, Deutsche Fehnroute, Ammerland Route, Friesenroute Rad up Pad, Tour de Fries), damit auf die etablierten Mehrtagestouren der Region, vorgenommen. Die Ostfriesland Rad-Routen werden zukünftig in der Außenkommunikation, z.B. im Print- und Onlinebereich, nach vorne gestellt. Flankiert werden die Mehrtagesradangebote um besondere Radangebote, zu denen Fernradwege, der Friesische Heerweg sowie kombinierte Aktivangebote, wie Paddel- und Pedal, gehörten. Komplettiert wird das Angebot durch Sternfahrten und Tagestouren.

Ein solides Grundgerüst für das zukünftige Herangehen wurde 2016 damit geschaffen. Als Herausforderung gilt es nun, innovative und qualitätssteigernde Maßnahmen zu entwickeln, um Ostfriesland als Raddestination für die Zukunft gut aufzustellen. Die Ergebnisse der Niedersächsischen Radverkehrsanalyse, die im Auftrag der TourismusMarketing Niedersachsen GmbH in diesem Jahr ihren Untersuchungsschwerpunkt im westlichen Niedersachsen fand, werden in die zukünftige Angebotsgestaltung einfließen.

Wandertourismus: Bestandserfassung der Wanderwege abgeschlossen

Im Rahmen des INTERREG V A-Projektes „Watten-Agenda“ sollen mit der Maßnahme „Weltnaturerbe erwanderbar“ auf Basis der bestehenden Angebote grenzübergreifende Wanderimpulse entwickelt und umgesetzt werden, die eine konkrete Verbindung zum Naturerlebnis Wattenmeer herstellen. Um einen Überblick über das vorhandene Angebot zu erhalten, stand 2016 die Bestandserfassung der Wanderwegen in den Niederlanden und in Ostfriesland im Vordergrund. Neben der Wegebeschaffenheit wurde v.a. die Beschilderung in Augenschein genommen. Auch der Austausch mit den Projektpartnern zum gemeinsamen Vorgehen bei Ausgestaltung, Beschilderung und Vermarktung der Wanderwege wurde initiiert. Über die TMN steht die OTG zudem im Kontakt mit anderen niedersächsischen Regionen, um Erfahrungen im Bereich Wandern auszutauschen. Die Teilnahme an der TMN-Schulung „Wanderbares Deutschland“ befähigt, Erhebungen nach den Vorgaben des Deutschen Wanderverbandes durchzuführen.



Erfassung des Ostfriesland-Wanderwegs

„Reisen für Alle“: Ostfriesland niedersachsenweit Vorreiter

**Barrierefreiheit
geprüft**



In enger Kooperation mit der TMN wurden nicht nur die Erhebungen im Projekt „Reisen für Alle“ in Ostfriesland koordiniert, sondern es wurden auch zahlreiche eigene Erhebungen im gesamten Gesellschaftsgebiet der OTG durchgeführt. Mit insgesamt 50 erhobenen Betrieben ist Ostfriesland niedersachsenweit Vorreiter. Mit Zunahme der zertifizierten Betriebe wurde die Rubrik „Barrierefreier Urlaub“ unter www.ostfriesland.de aktualisiert, sodass die zertifizierten Einrichtungen mit den Zertifizierungslogos und den entsprechenden Detail-Informationen prominent dargestellt werden.

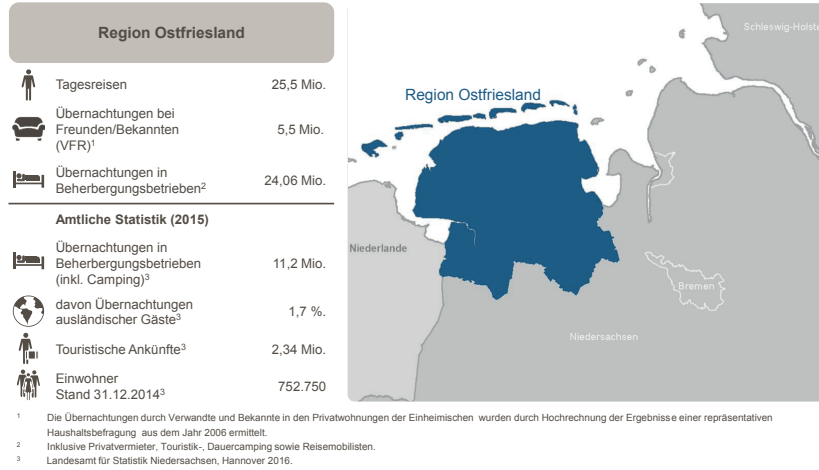
„Mit dem demografischen Wandel wird die Nachfrage nach barrierefreien Reise- und Urlaubsangeboten kontinuierlich steigen. Die Förderung eines barrierefreien Tourismus stellt die Region nicht nur für die Zukunft auf, sondern bietet auch ein großes ökonomisches Potenzial.“



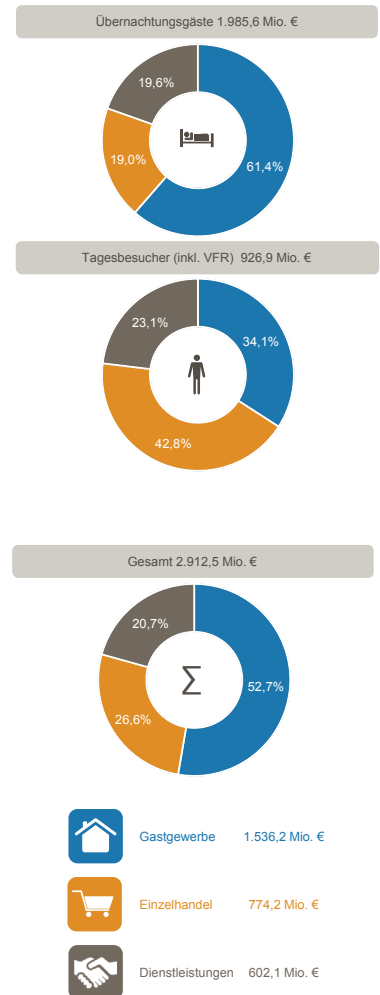
Wirtschaftskraft Tourismus für die Region Ostfriesland 2015¹

(¹ Quelle: dwif e.V. & dwif-Consulting GmbH, 2016)

Eckdaten



Umsätze durch den Tourismus



Beschäftigungseffekte durch den Tourismus



Der Einkommensbeitrag von 1.436,8 Mio. € entspricht einem Äquivalent von rund **68.160 Personen**, die durch die touristische Nachfrage in Ostfriesland ein durchschnittliches Primäreinkommen (= 21.079,- €) pro Kopf beziehen.

Dieser Wert darf **nicht** mit der Anzahl der durch den Tourismus beschäftigten Personen gleichgesetzt werden! Die exakte Bestimmung der Beschäftigungswirkungen des Tourismus ist nur über aufwendige Primärerhebungen möglich, da beispielsweise viele Personen nur anteilig vom Tourismus leben (Verkäufer im Einzelhandel bedienen auch Einheimische, Servicepersonal in der Gastronomie kümmert sich nicht nur um Gäste etc.).

¹ Wert für Ostfriesland 2014, vgl. hierzu Volkswirtschaftliche Gesamtrechnung der Länder, Statistische Ämter der Länder; Einkommen der privaten Haushalte in den kreisfreien Städten und Landkreisen Deutschlands 2000 bis 2013, Reihe 2, Kreisergebnisse Band 3, Stuttgart 2016.

Steuereffekte durch den Tourismus



Außer der **Mehrwertsteuer + Einkommensteuer** resultieren **ca. 268,9 Mio. € Steueraufkommen** aus dem Tourismus in Ostfriesland 2015, das jedoch als Gemeinschaftssteuer Bund, Ländern und Kommunen zukommt.

Der Tourismus erzeugt u.a. durch Grundsteuer, Gewerbesteuer, Zweitwohnungssteuer, Kurtaxe (Gast) und Tourismusabgabe (Gewerbe) zusätzliches Steueraufkommen bzw. weitere Gebühren- und Beitragseinnahmen, dessen Quantifizierung jedoch nur über individuelle Erhebungen möglich ist.

Steuereinnahmen

Die der Region Ostfriesland 2015 zufließenden touristisch bedingten **Steuereinnahmen** lassen sich nur über umfangreiche Primäranalysen (Haushaltsanalyse) ermitteln. Untersuchungen des dwif¹ zeigen, dass den Kommunen durchschnittlich Steuereinnahmen aus dem Tourismus in einer Größenordnung zwischen **einem und weit mehr als drei Prozent der touristischen Nettoumsätze** zufließen.

¹ Vgl. hierzu auch die Ergebnisse der Sparkassen-Tourismusbarometer Untersuchungen für Ostdeutschland sowie Westfalen-Lippe.

Einkommen aus dem Tourismus

Direktes Einkommen	930,1 Mio. Euro
Indirektes Einkommen	506,7 Mio. Euro
Touristischer Einkommensbeitrag insgesamt	1.436,8 Mio. Euro



Imke Wemken

Geschäftsführerin

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



Oliver Knagge

**Online-Marketing, EU-Förder-
projekt „Watten-Agenda“**

Tel. 04 91 / 91 96 96 67
knagge@ostfriesland.de



Silvia Müller

**Radtourismus, Campingtourismus,
Anzeigen und Messen**

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



Carolin Ganschinietz

**Redaktion, Presse- und
Öffentlichkeitsarbeit**

Tel. 04 91 / 91 96 96 64
ganschinietz@ostfriesland.de



Caroline Pupelis

**Wandern, EU-Förderprojekt
„Watten-Agenda“**

Tel. 04 91 / 91 96 96 53
pupelis@ostfriesland.de



Wiebke Eilts

**Barrierefreier Tourismus,
ServiceQ**

Tel. 04 91 / 91 96 96 25
eilts@ostfriesland.de



Anneke Dehne

Marketingassistentin

Tel. 04 91 / 91 96 96 51
dehne@ostfriesland.de



Eva Boelsen

Auszubildende

Tel. 04 91 / 91 96 96 15
boelsen@ostfriesland.de

Impressum

Herausgeber:

Ostfriesland Tourismus GmbH

Redaktion:

Ostfriesland Tourismus GmbH

Gestaltung:

Werbeagentur VON DER SEE GmbH

Druck:

printoo GmbH

Fotos:

Bildarchiv der Ostfriesland Tourismus GmbH

Drucklegung: 30.11.2016

Unterstützt durch:

Das Projekt Watten-Agenda wird im Rahmen des INTERREG V A-Programms Deutschland-Niederland mit Mitteln des Europäischen Fonds für Regionale Entwicklung (EFRE) und der Niedersächsischen Staatskanzlei sowie der Provinz Fryslân und Provinz Groningen kofinanziert. Es wird begleitet durch das Programmmanagement bei der Ems-Dollart-Region (EDR).



provinsje fryslân
provincie fryslân



provincie
 groningen



Niedersächsische
Staatskanzlei



Ostfriesland Tourismus
GmbH

Ledastraße 10
26789 Leer

Tel. 04 91 / 91 96 96-60
Fax 04 91 / 91 96 96-65
urlaub@ostfriesland.de
www.ostfriesland.de

Vorsitzender des Aufsichtsrats:
Sascha Pickel



OSTFRIESLAND®