

2021



JAHRES BERICHT


OSTFRIESLAND®

MOIN MITNANNER!

Das Tourismusjahr 2021 glich fast einer Achterbahnfahrt. Nach monatelangen Schließungen im Frühjahr folgte ein überaus nachfragestarker Sommer. Fast hätte es gereicht, um die zuvor eingefahrenen Verluste zu kompensieren. Die erneute Verschärfung der Corona-Regelungen im Herbst trübt die Bilanz jedoch erheblich.

Doch wie stark hat die Corona-Pandemie den Tourismus in Ostfriesland denn tatsächlich getroffen? Um diese Frage zu beantworten, haben wir eine Umsatzausfallberechnung für das Tourismusjahr 2020 erstellen lassen. Ergebnis: Die Umsatzeinbußen auf der ostfriesischen Halbinsel bezifferten sich auf 1,1 Milliarden Euro. Insgesamt fallen die Umsätze damit rund ein Drittel geringer als aus als im letzten „Normaljahr“ 2019, als Corona den Tourismus nicht beeinträchtigte. Hier belief sich der Bruttoumsatz im Tourismus noch auf 3,2 Milliarden Euro. Mit einer ähnlichen Bilanz wird wohl auch 2021 zu rechnen sein.

Angesichts dieser Zahlen ist es umso wichtiger, den aktuellen Herausforderungen mit kreativen und schlagkräftigen Maßnahmen zu begegnen. In unserem Jahresbericht geben wir einen Einblick, wo wir in den letzten zwölf Monaten aktiv waren – zum Beispiel mit unserer Videobotschaft an Großbritannien angesichts des Brexits oder der Kampagne „Moin statt Glück auf“, die wir zusammen mit unseren Kollegen*innen vom Harzer Tourismusverband e. V. gefahren haben.

Viele Projekte konnten ein gutes Stück vorangebracht werden. Die Watten-Agenda 2.0 befindet sich fast schon auf der Zielgeraden und insbesondere beim Barrierefreien Tourismus konnten wir mit neuen Maßnahmen für Impulse sorgen. Auch die WunderlineGo-App hat uns 2021 beschäftigt. Das Projekt findet national wie international Beachtung. So wurde die WunderlineGO-App für die „Best European Rail Tourism Campaign 2021“ nominiert.

Auch der Blick in die Zukunft zeigt sich spannend. 2022 wird für den Ostfriesland Tourismus mit der Gründung der Tourismusagentur Nordsee GmbH einmal mehr zu einem ganz besonderen Jahr werden. Das Tourismusmanagement in der Region wird dadurch ein neues Gesicht bekommen – natürlich auch mit Auswirkungen auf die Arbeit der OTG. Daher gilt es, Hand in Hand die Herausforderungen des Tourismus in den nächsten Jahren anzunehmen und die Aktivitäten aufeinander abzustimmen.

Bleibt munter und gesund!
Imke Wemken



INHALT

4 PROJEKTMANAGEMENT

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



9 MARKETING

Online-Marketing, PR und Öffentlichkeitsarbeit, Qualitätsoffensiven und Schulungen, Print, Kampagnen, Messen, Anzeigen



16 KOOPERATIONEN

*Wild/Schön, AG „Leichter Reisen“, TourismusMarketing Niedersachsen GmbH, Teebotschafter*innen, Arbeitskreise, Ravensburger*

19 TEAM

Die Ostfriesland Tourismus GmbH stellt sich vor

GRENZÜBERGREIFENDES PROJEKT WATTEN-AGENDA 2.0

Bereits seit 2019 läuft die Watten-Agenda 2.0 als Folgeprojekt des INTERREG V A-Projektes „Watten-Agenda“. Das Projekt mit einem Fördervolumen in Höhe von 1,7 Millionen Euro befindet sich bereits in der Endphase und endet zum 30.06.2022.

Im Mittelpunkt der Aktivitäten steht die Verringerung von Umweltbelastungen im UNESCO-Weltnaturerbe Wattenmeer. Die Projektziele spiegeln sich in acht Arbeitspaketen wider, für die jeweils einer der sechs beteiligten Projektpartner koordinierend verantwortlich zeichnet. 2021 wurden verschiedene Bausteine umgesetzt. Hierzu zählen u. a. eine zweisprachige Checkliste „Nachhaltig Veranstalten in der Wattenmeer-Region“, die als Orientierung und Grundlage für die nachhaltige Konzeption von Veranstaltungen orientiert oder die Anerkennung der Insel Spiekeroog als International Dark Sky Community bei der International Dark Sky Association (IDA). Zudem veröffentlichte die Watten-Agenda 2.0 einen Styleguide, der allen Leistungsträgern als Orientierungshilfe bei der regionaltypischen Gestaltung des Angebots dient.

In der Funktion als Lead Partner übernimmt die OTG zusätzlich die Gesamtkoordinierung gegenüber dem Fördermittelgeber sowie das allgemeine Projekt- und Finanzmanagement, aber auch die inhaltliche Bearbeitung einzelner Arbeitspakete. Alle Maßnahmen, welche die OTG federführend im Rahmen der Watten-Agenda 2.0 bearbeitete, finden sich in den Projektbeschreibungen auf den nächsten Seiten wieder.



UNITED FOR



NACHHALTIGKEIT

Nachhaltigkeitsanalyse und Impulstag

Wie nachhaltig ist Ostfriesland schon aufgestellt? Wo eröffnen sich Potenziale zur Verbesserung? Zur Beantwortung dieser Fragen hat die Klimapatenschaft Tourismus GmbH 2021 eine Nachhaltigkeitsanalyse für die OTG und ihr Gesellschaftergebiet vorgenommen. Der Öffentlichkeit wurden die Ergebnisse am 23. September 2021 in Leer im Rahmen der Veranstaltung „Binannerkomen - Impulstag Nachhaltigkeit im Ostfriesland-Tourismus“ vorgestellt. Neben der Nachhaltigkeitsanalyse stellte die TourismusMarketing Niedersachsen GmbH ihr aktuelles Klimaprojekt vor. Abgerundet wurde das Programm durch Best-Practice Beispiele der Watten-Agenda-Partner. Eine Handlungsempfehlung aus der Nachhaltigkeitsanalyse wurde direkt in die Tat umgesetzt: „Nachhaltiges Ostfriesland“ ist nun als eigenes Unterthema auf ostfriesland.travel zu finden. Die nächsten Schritte werden gemeinsam mit den Ferienorten im Rahmen des nächsten Arbeitskreises Nachhaltigkeit am 18. Januar 2022 abgestimmt.



Trinkwasser mobil

In Kooperation mit dem Oldenburgisch-Ostfriesischen Wasserverband (OOWV) werden auf der Ostfriesland Webseite Stationen abgebildet, an denen kostenfrei die Trinkwasserflasche 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.

WUNDERLINE GO-APP

Das grenzüberschreitenden Bahnprojekt „Wunderline“ verbindet die Region zwischen Bremen und Groningen. Die Ferienorte und Städte entlang der Strecke können jetzt spielerisch über die App WunderlineGO entdeckt werden. Am 24.06.2021 wurde die App offiziell durch die Bürgermeister*innen der Partner-Kommunen freigeschaltet. Sie kann kostenlos für Apple und Android aus dem App-Store oder dem Play-Store von Google geladen werden.

Die beteiligten deutschen und niederländischen Gemeinden haben jeweils eine eigene Route zu ihrem „Wunder“ für die App entwickelt. Die Nutzer*innen der App werden auf ihrer digitalen Schnitzeljagd von einer sympathischen Schaffnerin begleitet, die immer wieder Tipps und Hinweise gibt. Gestartet werden die Touren jeweils am Bahnhof. Im Rahmen der Wunder-Orts-Wochen präsentierten die beteiligten Orte über mehrere Wochen die App und hielten besondere Angebote wie Ausstellungen und Führungen vor. Begleitend dazu wurde pro Ort eine Pressemitteilung veröffentlicht und entsprechende Bilder und Berichte auf den Social-Media-Kanälen der Orte und der OTG gepostet.

Die gelungene Kooperation zur Verbesserung der Mobilität wurde im Wettbewerb „Gemeinsam erfolgreich. Mobil in ländlichen Räumen“ ausgezeichnet. Ein weiterer Erfolg ist die Nominierung der WunderlineGO-App für die „Best European Rail Tourism Campaign 2021“. Die Preisverleihung erfolgt im Frühjahr 2022.

Zukünftig soll die App mit weiteren POIs und Touren ausgestattet sowie die Nutzerfreundlichkeit weiter optimiert werden.

Informationen zum Projekt sind auf der zweisprachigen Webseite zu finden:

<http://wunderline.nl/de/wunderline-go>



BARRIEREFREIER TOURISMUS

Marketing

Das Marketing im barrierefreien Tourismus erfolgt sehr erfolgreich über die gemeinsamen Marketing-Aktivitäten der AG „Leichter Reisen - Barrierefreie Urlaubsziele in Deutschland“.

2021 wurden die Marketingaktivitäten auf der Webseite www.leichter-reisen.info und auf der Facebook-Seite durch einen monatlichen Newsletter und einem Online-Magazin erweitert. Die Pressearbeit der Agentur Thiel Public, mit regelmäßigen Pressemitteilungen und einem umfangreichen Online-Pressebereich, stellt zudem die Darstellung in Fachzeitschriften und verschiedenen Reisemagazinen sicher. Aufgrund der anhaltenden Corona-Krise fanden keine gemeinsamen Messe-Besuche statt. Allerdings präsentierte sich die AG Leichter Reisen auf der virtuell stattfindenden ITB 2021. Dreimal jährlich finden AG-Treffen statt, um die gemeinsame Marketingstrategie auszuwerten und neu zu planen. In diesem Jahr gab es neben einer Videokonferenz auch zwei Treffen in Präsenz.

Auch die Förderung des bundesweiten Kennzeichnungssystems „Reisen für Alle“ in Kooperation mit der TMN hat sich die OTG zur Aufgabe gemacht. Insgesamt 161 Betriebe auf der ostfriesischen Halbinsel sind bereits zertifiziert; 45 befinden sich im (Re-)Zertifizierungsprozess.

Barrierefreie Übersichtskarte

Im Herbst wurde im Rahmen der Watten-Agenda 2.0 eine digitale Karte mit einer Auswahl an barrierefreien Angeboten in der Wattenmeer-Region veröffentlicht. Insgesamt sind über 250 Angebote aus sieben Kategorien auf Deutsch, Niederländisch und in Leichter Sprache dargestellt. Hierzu zählen die Bereiche Landschaft/Natur, Kultur, Freizeit/Erholung, Gastronomie, Anreise/Mobilität sowie barrierefreie Tourist-Informationen. Ergänzt werden diese um Informationen zu Gastronomie- und Übernachtungsbetrieben. Die Karte ist abrufbar unter www.wattenmeer-barrierefrei.de

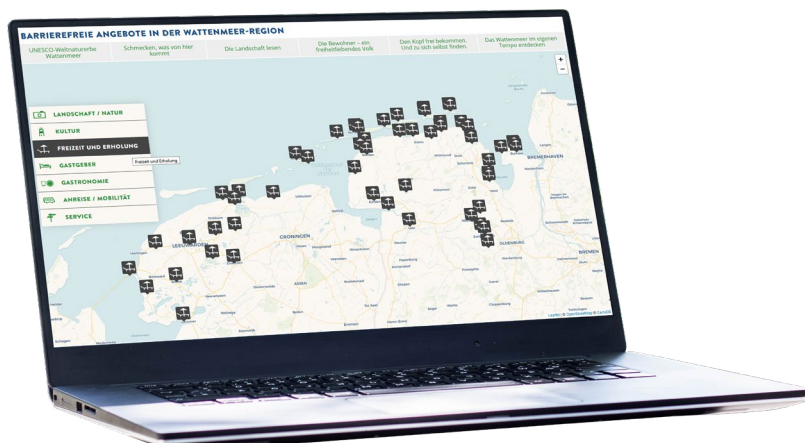


Die Gewinner erhalten den Tourismuspreis Barrierefrei während des Wadden-Festivals in Leeuwarden. Von links nach rechts: Puur Terschelling, Gastengilde und Waddensea.travel.

Tourismuspreis Barrierefrei

Zur Förderung des barrierefreien Tourismus wurde der grenzübergreifende „Tourismuspreis Barrierefrei“ im Rahmen der Watten-Agenda 2.0 ausgelobt. Aus den elf Bewerbungen von deutscher und niederländischer Seite wurden drei Gewinner von einer Jury ausgewählt. Die Preisverleihung fand am 04. November 2021 auf dem Wadden Festival in Leeuwarden statt. Insgesamt belief sich das Preisgeld zur Umsetzung der eingereichten Projektideen auf 10.000 Euro. Den ersten Platz belegte das Netzwerk Gastengilde aus Damwäld. Der zweite Preis ging an das ostfriesische Unternehmen Waddensea.travel (Wattwanderzentrum Ostfriesland) für die Projektidee „WEAV.land“, einem inklusiven Coworking-Space. Den dritten Preis erhielt der Familienbetrieb „Puur Terschelling“ aus Oosterend.

www.watten-agenda.de/tourismuspreis





Blogartikel Veit Riffer

Veit Riffer, Jurymitglied beim Tourismuspreis Barrierefrei und Handbiker, verfasste im Auftrag der Watten-Agenda 2.0 einen Blogartikel für seinen Onlineblog „bike-o-matic.blogspot.com“. Die von ihm getesteten Handbike-Touren sind nun im Tourenplaner „Grenzenlos Aktiv“ zu finden.

Bloggerreise Wheeliewanderlust

Für die Watten-Agenda 2.0 war die Bloggerin und Rollstuhlfahrerin Kim Lumelius alias Wheeliewanderlust vom 16. bis 20. August 2021 in Ostfriesland unterwegs. Auf ihrem Online-Blog und ihren Social-Media-Kanälen berichtete sie über ihre Erfahrungen und Erlebnisse aus Ostfriesland. Als Resultat der Reise erhielt die Watten-Agenda 2.0 Projektgruppe einen Blogartikel sowie umfangreiches Bildmaterial, welches zukünftig für das Marketing zum barrierefreien Tourismus zur Verfügung steht.

Leichte Sprache

Seit dem Frühjahr präsentiert die OTG auf ihren Webseiten ein Informationsangebot in Leichter Sprache. Unter www.ostfriesland.travel/leichte-sprache sind neben einer allgemeinen Vorstellung der Reiseregion auch ausführlichere Informationen zum Wattenmeerraum verfügbar. Die Darstellung des Wattenmeeres wurde dabei über die Watten-Agenda 2.0 realisiert. Leichte Sprache ist eine speziell geregelte einfache Sprache. Sie richtet sich konkret an Menschen mit Lernbehinderungen. Die sprachliche Ausdrucksweise des Deutschen zielt dabei auf die besonders leichte Verständlichkeit.



RAD- UND WANDERTOURISMUS



Im Anschluss an den Wanderworkshop ging es für die Teilnehmer zum praktischen Teil über

Wanderworkshop

Nach dem Motto „Wandern in Ostfriesland – Macht das Sinn?“ fand im Kreishaus Ammerland ein Auftakt-Workshop mit 14 Teilnehmern zum Thema Wandertourismus statt. Udo Fischer, Geschäftsführer des Touristikverbandes Landkreis Rotenburg (Wümme) und Gründer der NORDPFADE führte die Teilnehmer mit zwei interessanten Vorträgen über die Grundlagen des Wandertourismus sowie über die Entwicklung und Erfolgsfaktoren der NORDPFADE durch ein informatives und aufschlussreiches Seminar. Der Tag bot wichtige Impulse, um das Thema Wandertourismus weiter zu entwickeln.



Auszug aus einem Instagram-Post zum Radmittwoch

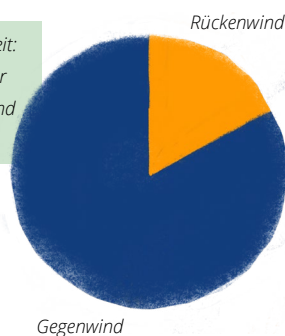


Radmittwoch auf Instagram und Facebook

Anstelle von gemeinsamen Messen wurden die Ostfriesland Rad-Routen von März bis September intensiv beim „Radmittwoch“ auf Instagram und Facebook beworben. Dazu wurden die einzelnen Routen mit ansprechenden Bildern in den Posts und Stories vorgestellt. Zu Beginn des Jahres wurde die Bestellmöglichkeit des Radkataloges in den Fokus gestellt. Des Weiteren wurden die Angebote aus dem Radkatalog präsentiert.



Gefühlte Wahrheit:
Bei einer Radtour
durch Ostfriesland
habe ich:



Grenzenlos Aktiv – mobiler Wander- und Radnavigator

Mit dem Routenplaner und der Aktiv-App können Gäste ihre ganz persönliche Radtour durch Ostfriesland planen. 2021 wurde der Radnavigator aufgewertet. Entlang der Touren werden alle wichtigen Aspekte wie Unterkünfte, Einkehrmöglichkeiten und Sehenswürdigkeiten aus dem regionsweiten Datenbanksystem *destination.one* ausgespielt.

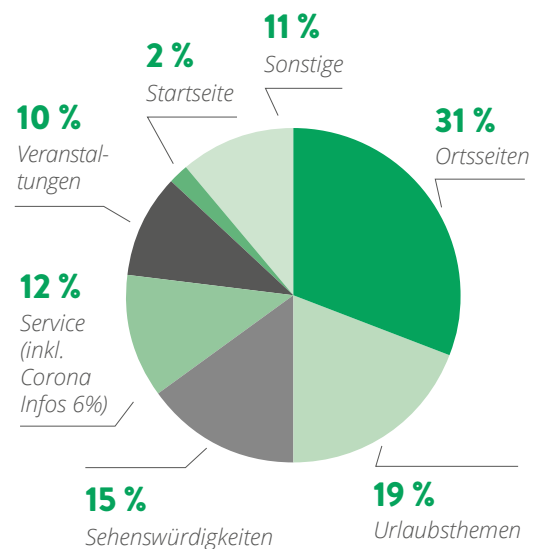
ONLINE-MARKETING

Jeder Ferienort im Gesellschaftsgebiet der OTG wird auf den Homepages www.ostfriesland.travel und 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 www.ostfriesland.travel steht dabei im Zentrum aller Online-Marketingaktivitäten der OTG. Im Jahr 2021 wurden die Webpräsenzen der OTG rund 2,5 Mio. besucht. 1,3 Mio. entfielen dabei auf die Webseite 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 www.ostfriesland.travel



META-Unterkunftssuche

Die META-Suche unter <https://unterkunft.ostfriesland.de> aggregiert alle verfügbaren online-buchbaren Unterkünfte in Ostfriesland und bietet mit rund 14.000 Objekten das größte Regionsangebot im Internet. Im letzten Jahr wurde die Optik angepasst, so dass dem Gast ein einheitliches und regionaltypisches Erscheinungsbild geboten wird.

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. Das Konzept für den Relaunch ermöglicht eine technische Einbindung und eine Übernahme des grafischen Rahmens (sogenanntes Framework-Konzept). 2021 schlossen sich die Städte Aurich und Weener dem Framework-Konzept an.

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 nun aktiv bearbeitet.

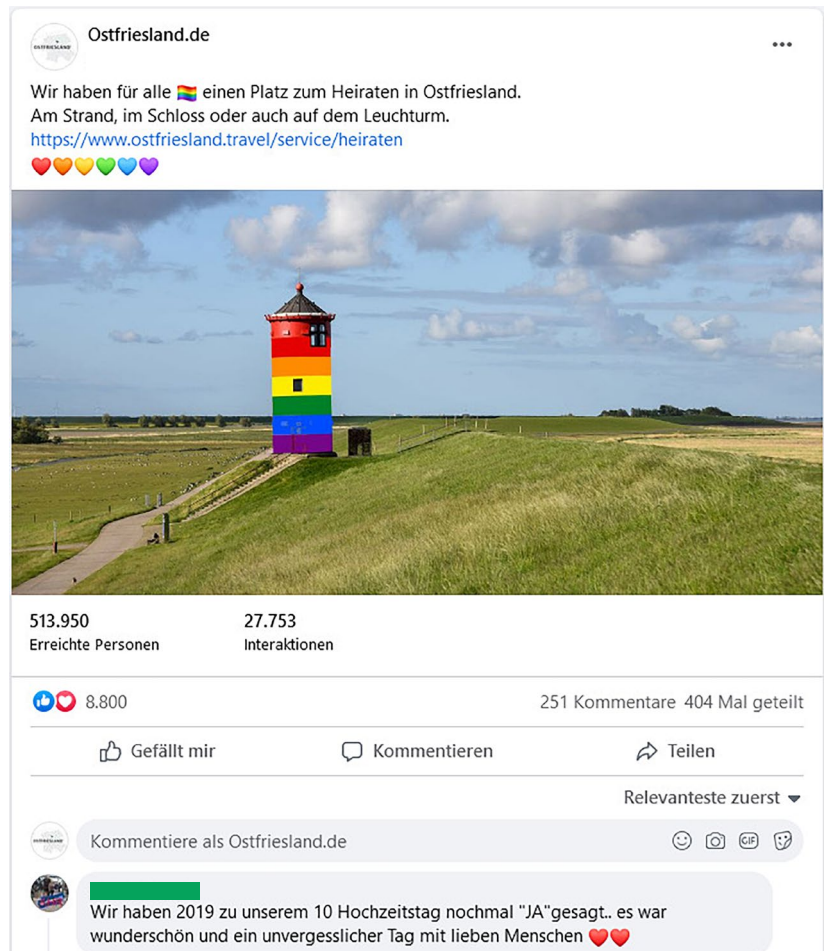
ONLINE-MARKETING

Social Media Marketing

Zahlreiche Aktionen rund um tagesaktuelle oder gesellschaftlich relevante Themen wurden auch in 2021 vom Social Media Team der OTG aufgegriffen. Oftmals wurden diese auch als sog. „Netzreaktionen“ in weiteren Online Medien durch Dritte publiziert (z. B. Zeitungsverlage).


Produktion 360° Videos und Fotos

Zur Visualisierung des Wattenmeeres und seiner Attraktionen wurden im Rahmen der Watten-Agenda 2.0 verschiedene 360° Videos und Fotos produziert, z. B. von einer Wattwanderung, der Seehundaufzuchtstation oder einer Fahrradtour mit anschließender Vogelbeobachtung. Neben dem Einsatz in den Medien der Projektpartner können diese 360° Videos u. a. auch auf Messeauftritten oder Aktionstagen durch VR Brillen eingesetzt werden.



Bildpost mit den meisten Reaktionen auf Facebook (Kommentaren, Likes und Geteilte Inhalte) aller Profile deutscher Reiseregionen im Jahr 2021

OSTFRIESLAND IN DEN SOZIALEN MEDIEN

	Abonnenten / Follower / Fans	Posts	Interaktionen (Likes, Kommentare etc.)	Reichweite 2021
	33.000	327	400.000	9,6 MIO.
	52.000	350	100.000	6,3 MIO.
	4.000	190	7.000	600.000
	520	/	10.000	220.000
	920	3	320	26.000 880 Stunden Wiedergabezeit

PR & ÖFFENTLICHKEITSARBEIT

Umsatzausfallberechnung Tourismus 2020

Der Tourismus in Ostfriesland hatte 2020 Umsatzaufälle in Höhe von 1,1 Milliarden Euro zu verkraften. Rein statistisch gesehen bezifferten sich die wöchentlichen Umsatzeinbußen auf 21,5 Millionen Euro. Das hat eine Umsatzausfallberechnung durch die dwif-Consulting GmbH im Auftrag der OTG zusammen mit ihren sieben Gesellschaftern ergeben. Insgesamt fallen die Umsätze damit rund ein Drittel geringer als 2019 aus, als Corona den Tourismus nicht beeinträchtigte. Neben dem Gesamtergebnis stehen durch die Beteiligung der OTG-Gesellschafter auch wichtige teilregionale Ergebnisse zu den wirtschaftlichen Folgen der Corona-Krise für den Tourismus in Ostfriesland zur Verfügung.

B2B Website

Unter www.ostfrieslandtourismus.info ist die Website für Partner der OTG und Leistungsträger auf der ostfriesischen Halbinsel abrufbar. Neben der Vorstellung der OTG finden sich dort verschiedene Beteiligungsmöglichkeiten, Service-Angebote und aktuelle Brancheninformationen (u. a. auch zu Corona). Zusätzlich können Veranstaltungen für Leistungsträger und Mitarbeiter der angeschlossenen Ferienorte (auch von Dritten) dargestellt werden. An der inhaltlichen Weiterentwicklung wird fortlaufend gearbeitet.

**1,1 MRD
EURO**

*Höhe des Umsatzausfalls im
Tourismus auf der
ostfriesischen Halbinsel
im Jahr 2020*

QUALITÄTSOFFENSIVEN UND SCHULUNGEN

Schulungen

Um der verstärkten Qualitätsorientierung im Tourismus Rechnung zu tragen, informiert die OTG über Weiterbildungsangebote und bietet bedarfsweise selbst Schulungen an. Zusätzlich wurden mehrere Termine organisiert um den Touristikern eine gute Plattform für den kollegialen Austausch zu verschiedenen aktuellen Themen zu bieten. Folgende Schulungen und Veranstaltungen wurden 2021 angeboten.

- Sofortprogramm Perspektive Innenstadt
- Veranstaltungen in Corona-Zeiten (zwei Termine)
- Ausgestaltung von Künstlerverträgen zu Corona-Zeiten
- Entwicklung eines Muster-Gastspielvertrags mit der Kanzlei Löhr
- SEO-Schulung für Webseiten im Framework-Konzept

ServiceQualität Deutschland

Im Herbst 2021 wurde die OTG für drei weitere Jahre mit dem Qualitätssiegel „ServiceQualität Deutschland“ ausgezeichnet. Seit der ersten Zertifizierung 2008 hat sich der Service kontinuierlich verbessert. Mit dem Zertifizierungsprozess hinterfragt die OTG immer wieder aufs Neue die Abläufe – und zwar gemeinsam im Team.



PRINTPRODUKTE

Neben der jährlichen Neuauflage des Reiseschmökers und des Radkataloges erfolgten 2021 die Neuauflagen der Rad- und der Campingkarte. 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 - Der Reiseführer
(Gültigkeit 2021)
Auflage 50.000



Radurlaub - Ostfriesland naturnah erleben
(Gültigkeit 2021)
Auflage 50.000



Radkarte - Ostfriesland Radrouten
(Gültig seit Feb. 2021)
Auflage 50.000



Ostfriesland - Ausflugsziele
(Gültig seit Jan. 2020)
Auflage 50.000



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



Ostfriesland - Barrierefreie 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 2021)
Auflage 20.000



Hier geht's zum Video



KAMPAGNEN

Brexit Video

Als ostfriesische Reaktion auf den Brexit veröffentlichte die OTG Anfang 2021 ein Video mit einer Botschaft an Großbritannien auf Facebook und den Sozialen Medien. Hauptprotagonistin in dem Video war Sylvie Gühmann, gebürtige Ostfriesin und Autorin. In besonders emotionaler Art und Weise brachte sie die Verbundenheit zwischen Ostfriesland und den britischen Partnern aufgrund vieler Parallelen in Bezug auf Werte, Traditionen, Menschen sowie Natur- und Kulturlandschaften zum Ausdruck. Das Video wurde mehrere 10 Tsd. mal aufgerufen und erhielt erfreuliche Reaktionen in der Presse und anderen Medien. Auch international erhielt das Video mit zahlreichen englischsprachigen Kommentaren positive Resonanz.



Kampagne „Glück auf statt Moin!“

„Meer oder Berge?“ Ausgehend von dieser Fragestellung aus Sicht von Urlaubern starteten die OTG und der Harzer Tourismusverband e. V. eine gemeinsame Kampagne in den Social-Media-Kanälen. Zum Einstieg stellte ein Trailer abwechselnd Motive aus beiden Reiseregionen gegenüber. Immer verbunden mit der Frage nach der jeweiligen Vorliebe des Gastes wurde die Empfehlung entweder für Ostfriesland oder den Harz als Reiseziel ausgesprochen. Die Kampagne wurde über die jeweiligen Social-Media-Kanäle über mehrere Tage fortgeführt und über zusätzliche Onlinewerbung verstärkt. Neben den Gästen stieß die innovative Marketingkooperation insbesondere auch in der Fachwelt auf positive Resonanz.

Auf Weltreise durch Ostfriesland – die Reise geht weiter

Bereits im ersten Lockdown im Frühjahr 2020 wurde die Mini-Kampagne „Auf Weltreise durch Ostfriesland“ von der OTG veröffentlicht. Hierbei erfolgte ein Vergleich weltberühmter Sehenswürdigkeiten mit ostfriesischen Pendanten. Aufgrund des tollen Erfolges gab es eine Fortsetzung mit weiteren Motiven. Diese wurden abwechselnd über mehrere Wochen in den Sozialen Medien der OTG veröffentlicht.



Ostfriesland Adventskalender 2021

Jetzt beim Adventskalender Ostfriesland mitmachen. Und so einfach geht es:

1. Mit der E-Mail Adresse hier im Adventskalender registrieren.
2. Direkt danach im Posteingang schauen und die eigene E-Mail Adresse bestätigen.
3. Im Adventskalender anmelden
4. Türchen öffnen, Gewinnspielfrage beantworten und fertig.

Einmal registrieren – 24 Tage die Möglichkeit zu gewinnen.

Login Registrieren



Adventskalender

Auch 2021 verkürzt die OTG das Warten auf das Weihnachtsfest mit einem Adventskalender. Sowohl Orte als auch Partner können sich mit der Belegung eines Türchens beteiligen und auf ganz besondere Art und Weise auf sich aufmerksam machen. Zu gewinnen gibt es Sachpreise, Erlebnisse, Fan-Pakete, Gutscheine oder sogar Übernachtungen. Die Resonanz bei den Gästen fällt üblicherweise sehr positiv aus. 2020 beliefen sich die Teilnahmen insgesamt auf 41.000.

MESSEN

Aufgrund der Corona-Krise hat sich die OTG 2021 nicht an Messen beteiligt. Als alternative Maßnahme wurden über VIA bis Juni 2.500 Radkataloge an radinteressierte Gäste verschickt. In der zweiten Jahreshälfte konnten über VIA auf der Eurobike in Friedrichshafen, auf der

Aktion Dortmund-City-bewegt-sich sowie auf vier Städtetouren in NRW, Niedersachsen und Baden-Württemberg weitere 2.000 Radkataloge verteilt werden. Zudem streuten die Butenostfreezen deutschlandweit 770 Reiseschmöker, 945 Radkataloge und 2.925 Radkarten.

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 Reiseführer wurde mit insgesamt neun Anzeigen vor allem in reichweitenstarken, themenübergreifenden Medien wie der Apotheken-Umschau, Landlust, Bild der Frau 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 02/21, Ausgabe 03/21 und Ausgabe „Deutschland Spezial“)
- Aktivmagazin von Tambiente
- Radbeilage im Magazin Focus
- „Rad-Spezial“ vom Wandermagazin
- e-Bike Touren
- Outdoor-Welten Sommer
- Fahrradland Deutschland Magazin

In Kooperation mit den Ostfriesland Rad-Routen wurden in der Zeitschrift Land & Meer in einem 6-seitigen Bericht alle Routen sowie der Routenplaner 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 Reiseführer in Cafés und Arztpraxen) rundeten das Anzeigen-Spektrum ab.

Bei den Prospektanfragen konnte im Vergleich zum Vorjahr ein deutlicher Anstieg verzeichnet werden. Die Prospektanfragen im Zeitraum Januar bis Oktober 2021 beliefen sich auf 19.333.

Dies entspricht einer Steigerung um 25 % gegenüber dem Vorjahreszeitraum.

Im Prospektbestellcenter auf www.ostfriesland.travel zog zudem der Absatz der Radbroschüren der fünf Ostfriesland Rad-Routen sowie der Ortsgastgeber weiter an.



RADURLAUB IN OSTFRIESLAND

Sonne, Wolken und ein Himmel bis zum Horizont

Entdecken Sie beim Radfahren romantische Sielhäfen und das UNESCO-Weltkulturerbe Wattenmeer. Fahren Sie entlang von Kanälen und Flüssen und tauchen Sie ein in die Geschichte der Ostfriesen in den zahlreichen alten Backsteinkirchen, Schlössern und Burgen. Genießen Sie fernab vom Trubel die Farbenvielfalt in den großzügig angelegten Parkanlagen und liebevoll gepflegten Privatgärten am Wegesrand. Für alle diejenigen, die Ostfriesland aktiv mit dem Rad erleben möchten ist aktuell für 2021 der Katalog „Radurlaub - Ostfriesland“ erschienen. Unter www.grenzenlos-aktiv.de und mit der „Grenzenlos Aktiv“ App können die Radtouren auch online geplant werden.

Dieses Projekt wird im Rahmen des INTERREG-Programms von der Europäischen Union und den INTERREG-Partnern finanziell unterstützt.

Mit dem **Kuh-R-Code** zur Bestellseite und kostenlos bestellen:
Ostfriesland Tourismus GmbH
Tel. 04 91 / 91 96 96-60
urlaub@ostfriesland.travel
www.ostfriesland.travel/radurlaub

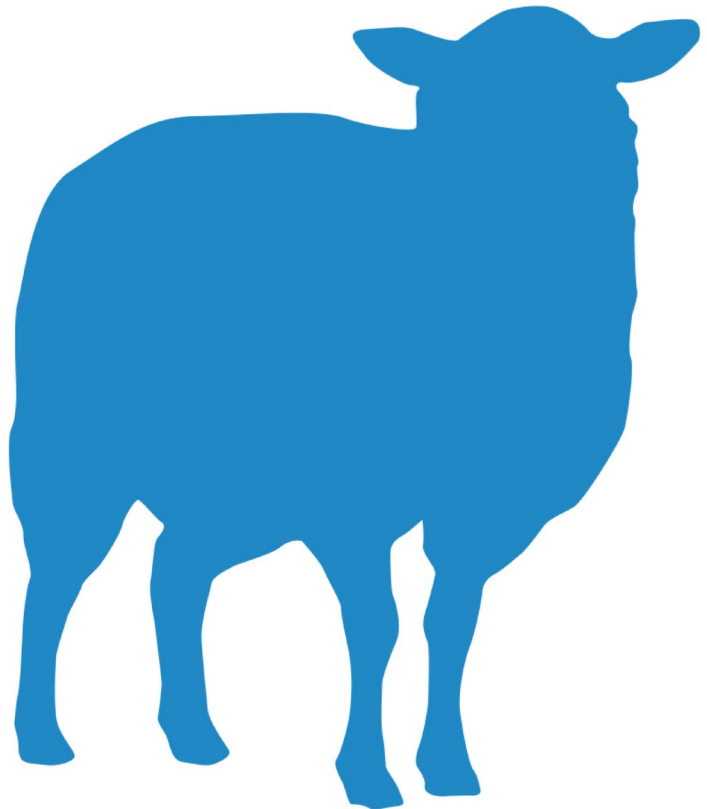
Unterstützt durch:

WADDENJAGENDA WATTENAGENDA
WADDEN SEA WORLD HERITAGE
INTERREG Deutschland Niederlande
Europäische Union European Union

Anzeige in „Die schönsten Radwege“ Spezialausgabe Wandermagazin

WILD/SCHÖN

2021 präsentierte die Kunsthalle Emden unter dem Titel „WILD/SCHÖN. Tiere in der Kunst“ eine große Ausstellung zu einem Thema, das ein breites Publikum, auch Familien und Kinder, interessiert: Es ging um Tiere, insbesondere das Verhältnis zwischen Mensch und Tier, gespiegelt in der modernen Kunst. In Kooperationen mit der Kunsthalle baute die OTG die Website www.wildschoen-erleben.de auf. Überall auf der dortigen Ostfrieslandkarte, wo das Museumsschaf „Henrikje“ auftauchte, gab es eine thematisch passende Veranstaltung oder ein Angebot zur Ausstellung. Das vielfältige Rahmenprogramm in der Region machte die Natur zwischen Land und Meer am UNESCO-Weltnaturerbe Wattenmeer erlebbar. Durch die Kooperation konnten Partner in der Region profitieren und durch gegenseitige Werbung die Reichweite jedes Einzelnen aktiv verstärken.



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.



TOURISMUSMARKETING NIEDERSACHSEN GMBH

Als Mitglied der Geschäftsführerkonferenz 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 2021 unter anderem folgende Aktivitäten gemeinsam umgesetzt: Influencer-Kampagne mit „zweidiereisen“, Nachhaltigkeitsanalyse, Austausch in der Social Media AG sowie die Umsetzung der Schnittstelle zum Niedersachsen HUB (Vgl. S. 9).



TourismusMarketing
niedersachsen

TEEBOTSCHAFTER*INNEN IN OSTFRIESLAND

Im Rahmen des Modellvorhabens der Ostfriesischen Landschaft „Teekultur Ostfriesland“ berichten bekannte Persönlichkeiten als Teebotschafterinnen und Teebotschafter von ihrem ganz eigenen Zugang zum Ostfriesischen Tee. Entstanden sind verschiedenen Videobotschaften, die die OTG in Kooperation mit der Ostfriesischen Landschaft auf der Webseite und in den Sozialen Medien vermarktet.

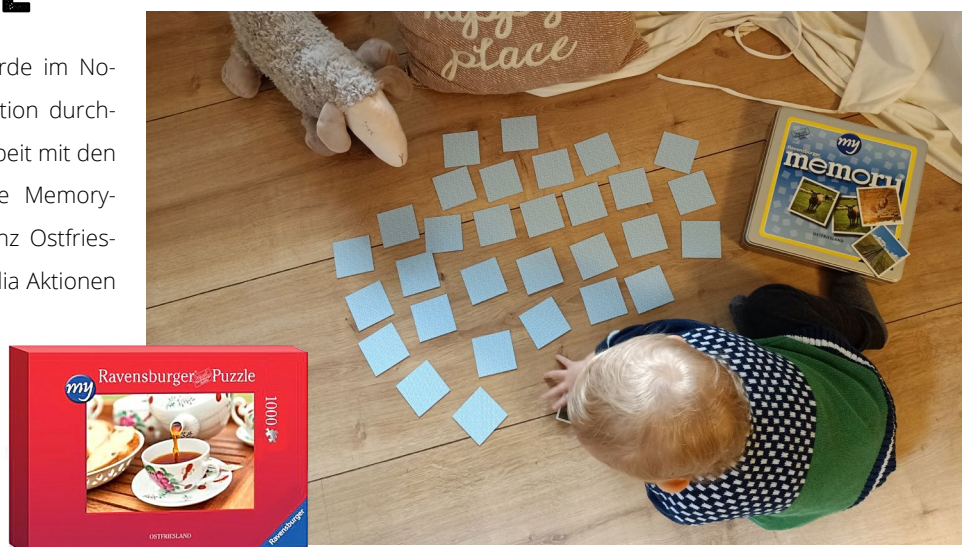
ARBEITSKREISE

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. 2021 fanden verschiedenen Arbeitskreissitzungen (analog und digital) zu den Themen Barrierefrei und Radtourismus statt.



RAVENSBURGER GEWINNSPIEL

Mit dem Ravensburger Spieleverlag wurde im November erneut eine Marketing-Kooperation durchgeführt. Hierbei wurden in Zusammenarbeit mit den ostfriesischen Ferienorten verschiedene Memory-Spiele und Puzzles mit Motiven aus ganz Ostfriesland erstellt und über diverse Social Media Aktionen verlost.



TEAM



IMKE WEMKEN

Geschäftsführerin

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



OLIVER KNAGGE

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

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



SILVIA MÜLLER

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

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



ELLA RÖSING

Förderprojekte

Tel. 04 91 / 91 96 96 53
roesing@ostfriesland.travel



ANNEMARIE HELBING

Online-Marketing

Tel. 04 91 / 91 96 96 25
helbing@ostfriesland.travel



WIEBKE LEVERENZ

**Presse- und
Öffentlichkeitsarbeit**

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



MAIKE FOCKENS

**Barrierefreier Tourismus
und Nachhaltigkeit**

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



MAIKE GELDER

Auszubildende

Tel. 04 91 / 91 96 96 15
gelder@ostfriesland.travel



MEEMKE RICKELS

Werkstudentin

Tel. 04 91 / 91 96 96 51
rickels@ostfriesland.travel



IMPRESSUM


OSTFRIESLAND®

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
www.ostfriesland.travel

Redaktion:

Ostfriesland Tourismus GmbH

Gestaltung:

m01n - Digitalagentur

Druck:

printoo GmbH, Drucklegung: Dezember 2021

Fotos:

Ostfriesland Tourismus GmbH, m01n Digitalagentur (Titelbild, S. 8 Illustration), Achim Meurer (S. 3, 17, 19), Janis Meyer (S. 4), Detlef Krause (S. 5 Illustration), Veit Riffer (S. 7 oben), Kim Lumelius (S. 7 unten), Udo Fischer (S. 8), FeuerQuell Fotografie & Werbeagentur (S. 18)



Mit dem
"Kuh-R Code"
zur Webseite

Unterstützt durch:

Das Projekt Watten-Agenda 2.0 wird im Rahmen des INTERREG V A-Programms Deutschland-Niederland mit Mitteln des Europäischen Fonds für Regionale Entwicklung (EFRE) und des niedersächsischen Ministeriums für Bundes- und Europaangelegenheiten und regionale Entwicklung sowie der Provinzen Fryslân und Groningen kofinanziert. Die Watten-Agenda wird begleitet durch das Programmmanagement bei der Ems-Dollart-Region (EDR).



Niedersächsisches Ministerium
für Bundes- und Europaangelegenheiten
und Regionale Entwicklung



TOURISMUS IN OSTFRIESLAND

Wirtschaftsfaktor Tourismus 2019

3.226,5
MIO EURO
BRUTTOUMSATZ

+ 9,6 % gegenüber 2016

Tagesgäste inkl. VFR*:

983,4

Mio Euro

Übernachtungsgäste:

2.243,1

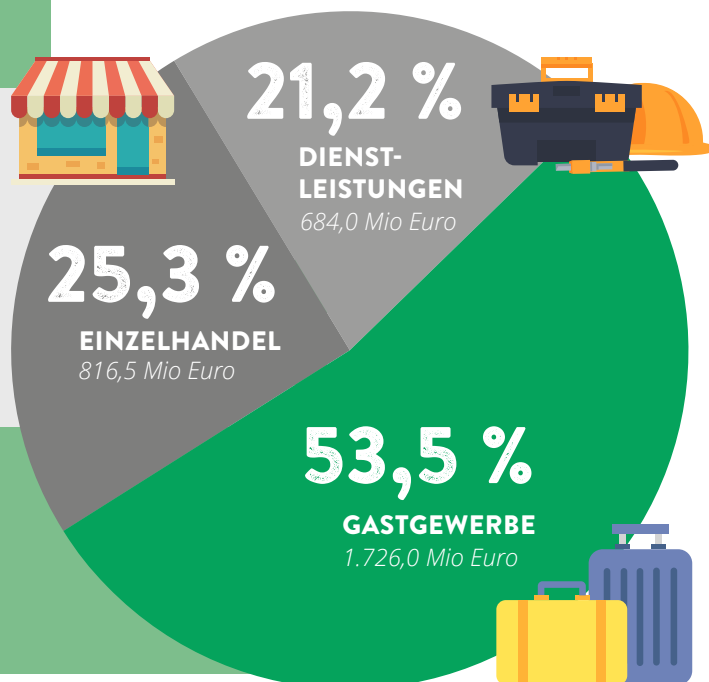
Mio Euro

DER TOURISTISCHE EINKOMMENSBEITRAG

1.594
MIO EURO

+ 9,4 % gegenüber 2016

Relativer Beitrag zum
Primäreinkommen: 8,6 %



bei Freunden & Bekannten*: 5,69 Mio

in Beherbergungsbetrieben: 26,33 Mio

Tagesreisen: 29,2 Mio

AUFENTHALTSTAGE

Insgesamt:

61,22
MIO

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

Quelle: Ostfriesland Tourismus GmbH, Daten: dwif 2020 - Wirtschaftsfaktor Tourismus für Ostfriesland 2019, Landesamt für Statistik Niedersachsen

Steueraufkommen aus
dem Tourismus durch
Mehrwertsteuer und
Einkommensteuer ca.

281,9
MIO EURO

(plus zusätzliche Steuerauf-
kommen bzw. weitere Gebüh-
ren- und Beitragseinnahmen)

AUSGABEN IM DURCHSCHNITT

28,20 €

von Tagesreisenden inkl.
VFR* pro Kopf & Tag

85,20 €

von Übernachtungsgästen
(ohne VFR*) pro Kopf & Tag

BESCHÄFTIGUNGSEFFEKTE DURCH DEN TOURISMUS

65.700 PERSONEN,



die durch die touristische Nachfrage in Ostfriesland
ein durchschnittliches Primäreinkommen
(= 24.262 €/Kopf & Jahr) beziehen könnten.

ÜBERNACHTUNGEN & ANKÜNFTE

in gewerblichen Betrieben
inkl. Camping 2009 bis 2019

Ø-Auslastung der Betriebe: 40,1 %
Ø-Aufenthaltsdauer: 4,7 Tage