

2024



# JAHRES- BERICHT

OSTFRIESLAND®

# MOIN MITNANNER!

**D**as Jahr 2024 stand im Zeichen zahlreicher Aktivitäten für den Tourismus in Ostfriesland. Hinter uns liegt ein Jahr, in dem viele Projekte bearbeitet, neue Impulse gesetzt und die Zusammenarbeit mit Partner\*innen weiter vertieft wurden. Mit Kreativität und Tatkraft haben wir auch in den vergangenen zwölf Monaten daran gearbeitet, die Attraktivität der Region zu stärken und Ostfriesland als einzigartiges Reiseziel weiterzuentwickeln. Denn eines ist klar: Der Tourismus bleibt kein Selbstläufer. Er verlangt stetige Anpassung und innovative Ideen, um im Wettbewerb der Regionen zu bestehen. Ein besonderes Ereignis in diesem Jahr war das 20. Jubiläum der OTG, das wir im Oktober 2024 gemeinsam mit Partner\*innen, Wegbegleiter\*innen und Freund\*innen feierten. Die Feier bot Gelegenheit, auf zwei Jahrzehnte erfolgreiche Arbeit zurückzublicken und die wertvolle Zusammenarbeit

mit Ihnen, unseren Unterstützer\*innen, zu feiern. Dieses Jubiläum war nicht nur ein Moment der Dankbarkeit, sondern auch ein Ansporn, mit frischer Motivation in die Zukunft zu blicken. Zudem fand im Jubiläumsjahr die 100. Marketingbeiratssitzung statt – ein weiterer Moment, der die Zusammenarbeit und den Dialog mit unseren Partner\*innen unterstreicht.

Auf den folgenden Seiten möchten wir Sie mitnehmen auf eine Reise durch das Jahr 2024. Gemeinsam mit unseren Partner\*innen konnten wir zahlreiche Projekte realisieren und neue Wege beschreiten. Dabei bleibt eines stets im Mittelpunkt: die enge Zusammenarbeit mit allen Akteur\*innen, die den Tourismus in unserer Region mitgestalten. Auch 2025 möchten wir an viele schöne Projekte und Maßnahmen anknüpfen, Neues entwickeln und Bestehendes weiter ausbauen. Mit Zuversicht schauen wir auf das kommende Jahr und freuen uns auf den Austausch mit Ihnen. Denn ein starkes Miteinander bleibt das Herzstück unseres Erfolgs. Für Ihre Unterstützung und Ihr Engagement möchten wir uns an dieser Stelle ganz herzlich bedanken. Zusammen arbeiten wir weiterhin an der Attraktivität des Reiseziels Ostfrieslands – auch in Zeiten des Wandels. Wir wünschen Ihnen viel Freude bei der Lektüre!

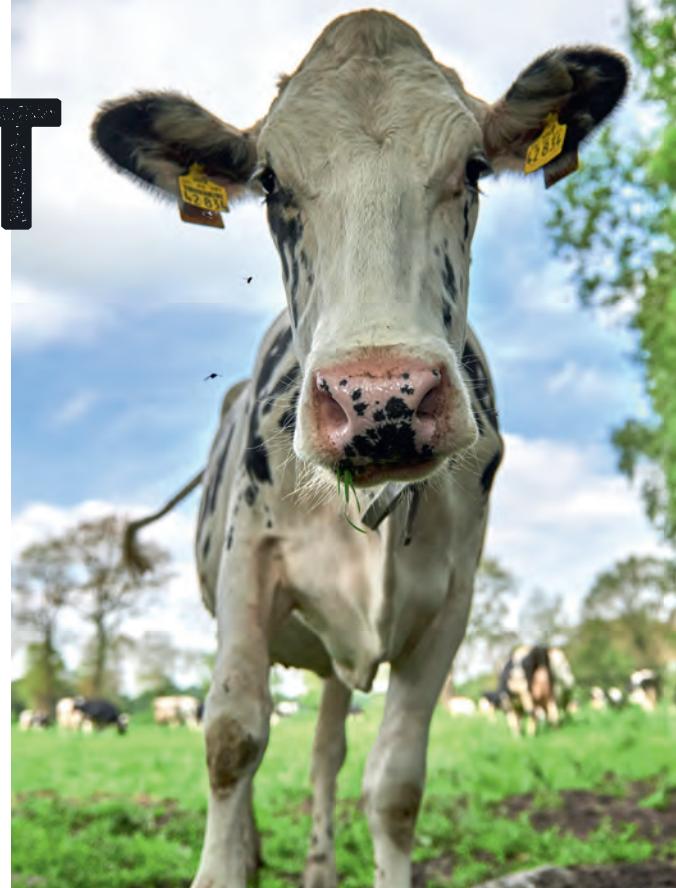
Imke Wemken



# INHALT

## 4 PROJEKTMANAGEMENT

*Radtourismus, Nachhaltigkeit,  
Barrierefreiheit, Wassertourismus*



## 18 NETZWERKE

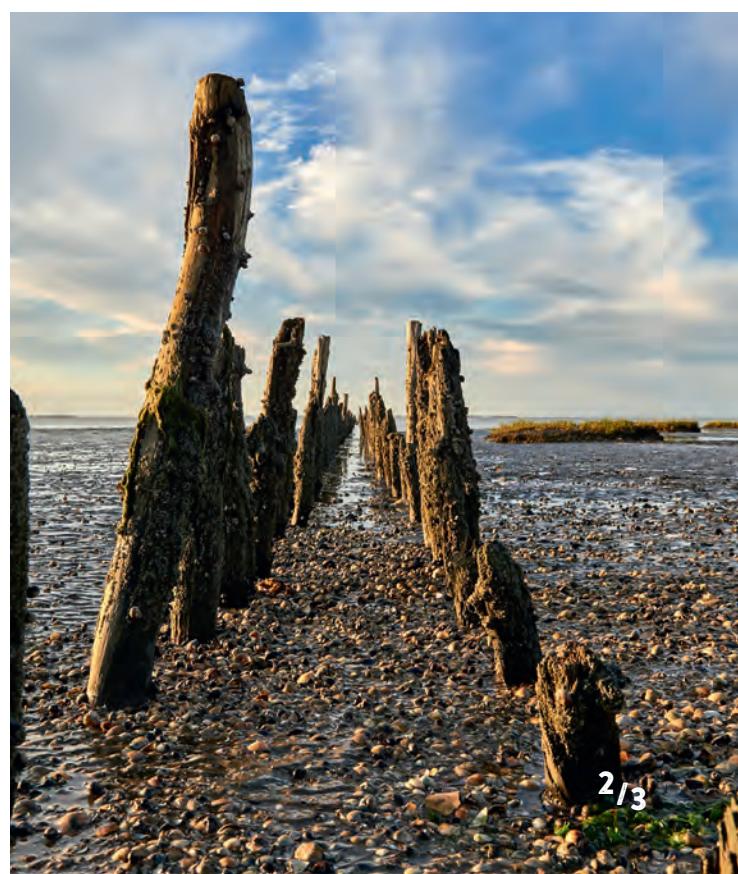
*Arbeitskreise,  
AG „Leichter Reisen“*

## 9 MARKETING

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

## 19 TEAM

*Die Ostfriesland  
Tourismus GmbH  
stellt sich vor*





## JUBILÄEN

Das Jahr 2024 war ein besonderes Jahr für die Ostfriesland Tourismus GmbH: Im Oktober feierten wir unser 20-jähriges Bestehen mit einer lockeren Geburtstagsparty, zu der wir Partner\*innen, Wegbegleiter\*innen und Freund\*innen eingeladen hatten. Die Feier wurde von einer Eröffnungsrede von Matthias Groote, dem Vorsitzenden der Gesellschafterversammlung, eingeleitet, der die Erfolge der vergangenen zwei Jahrzehnte würdigte und einen motivierenden Ausblick auf die Zukunft gab. Die gute Stimmung wurde durch den unterhaltsamen Auftritt der Improvisationstheatertruppe

„Bumerang“ abgerundet, die mit ihrem humorvollen Blick auf zwei Jahrzehnte OTG und auf die Reiseregion Ostfriesland für viele Lacher sorgte.

Parallel dazu markierte die 100. Marketingbeiratssitzung im Jubiläumsjahr ein weiteres besonders Ereignis in der Geschichte der OTG. Damit verdeutlichte sich einmal mehr die Bedeutung des Dialogs und der Kooperation zwischen der OTG und ihren Partner\*innen – eine Zusammenarbeit, die seit zwei Jahrzehnten den Tourismus in Ostfriesland nachhaltig prägt.



# RADTOURISMUS

## *Radservice Webapp*

Radtourismus zählt zu den Kernthemen Ostfrieslands. Das über 3.500 Kilometer lange, attraktive Radwegnetz erschließt die gesamte Region und bietet den Radurlaubern unzählige Möglichkeiten bei der Streckengestaltung. Um den Service auf der Route maßgeblich zu verbessern, hat die Ostfriesland Tourismus GmbH Anfang 2024 auf Impuls der Touristik GmbH Krummhörn-Greetsiel eine Radservice-Webapp ins Leben gerufen. Die Webapp zielt genau auf die Erfüllung der wichtigsten Bedürfnisse während einer Radtour ab.



Unter [radapp.ostfriesland.travel](https://radapp.ostfriesland.travel) bietet die webbasierte und intuitive App einen umfassenden Überblick über alle relevanten Informationen, die Radfahrende während ihrer Touren benötigen: Wetter, Routenplaner/Navigation, Knotenpunktsystem, Gastronomie, Ausflugsziele, Einkaufsmöglichkeiten, Apotheken, öffentliche Toiletten, Trinkwasserauffüllstationen, Rastplätze, Fahrradstellplätze, Fahrradwerkstätten, Fahrradvermietung, Pannenservice, E-Bike Ladestationen, Tourist Informationen, Fahrplaner/ÖPNV. Die Webapp bietet immer hilfreiche Tipps gestaffelt nach verschiedenen Kategorien rund um den jeweiligen Standort der Radfahrenden. Insgesamt können 2.793 POIs sowie 863 Gastronomiebetriebe aufgerufen werden. Die konsequente Ausrichtung auf die Zielgruppe der Radfahrenden und deren Ansprache mit relevanten Informationen direkt während der Radtour ist an dieser Stelle hervorzuheben.

Zusätzlich zu den Marketingmaßnahmen wie Newsletter-, Social- Mediabeiträge und Pressemitteilungen wurde die Radservice-Webapp in die aktuelle Radkarte mit einer Auflage von 100.000 aufgenommen. Für Ferienorte stehen neben verschiedenen Werbeanzeigen für eigene Printmedien auch Flyer im DIN A5 Format zum Download zur Verfügung. Aber auch Radurlauber, die vor ihrer Tour keine Kenntnis über die Anwendung hatten, können ebenfalls noch erreicht werden. Gewährleistet wird dies durch 1.375 QR-Codes, die an wichtigen, für Radfahrende relevante Knotenpunkte in der Region angebracht wurden. Die App verzeichnete im Jahr 2024 insgesamt 32.675 Aufrufe.

## *Radmittwoch in sozialen Netzwerken*

Der „Radmittwoch“ auf Instagram und Facebook hat sich etabliert und wurde 2024 fortgeführt. Jeden Mittwoch wird das Thema Radfahren für die Region in den Fokus gestellt. Darunter wurden neben den fünf Ostfriesland Rad-Routen auch Sternfahrten oder lokale Touren und die Inhalte des Radkataloges vorgestellt und über die Social-Media-Kanäle vermarktet. Zusätzlich zum Radmittwoch wurden von Juli bis Oktober verschiedene Werbeanzeigen/Beiträge zu den Ostfriesland Rad-Routen über die Social-Media Kanäle veröffentlicht, um die Interaktionen und Reichweiten zu erhöhen.



Zur Radapp



# NACHHALTIGKEIT

In den ostfriesischen Ferienorten bleibt Nachhaltigkeit auch 2024 ein zentrales Thema. Der „Nachhaltigkeitsbaum“, der im Rahmen der Nachhaltigkeitsanalyse durch die Klimapatenschaft Tourismus GmbH entwickelt wurde, wächst stetig weiter und spiegelt die Fortschritte zahlreicher Projekte und Initiativen wider. Der Arbeitskreis „Nachhaltiges Ostfriesland“ dient als Plattform für den Austausch und die Entwicklung neuer Projekte in der Region. Ein besonderer Fokus lag 2024 auf der EU-Taxonomie, insbesondere im Bereich der Urlaubsunterkünfte. Zur fachlichen Unterstützung wurde der Deutsche Tourismusverband (DTV) als beratende Instanz eingebunden. Um stets auf

dem neuesten Stand zu bleiben, arbeitet die OTG eng mit dem DTV und der TourismusMarketing Niedersachsen GmbH (TMN) zusammen. Für die Kommunikation der Nachhaltigkeitsthemen werden sowohl die B2B- als auch die B2C-Kanäle aktiv genutzt. Die entsprechenden Themenrubriken auf ostfriesland.travel und ostfrieslandtourismus.info werden laufend ergänzt, während Nachhaltigkeit auch auf den Social-Media-Kanälen fest verankert ist, um die Reichweite und Aufmerksamkeit für dieses wichtige Thema zu erhöhen.

## *Interreg 6a-Projekt „WattenVision“*

Für das neue Interreg 6a Projekt „WattenVision“ hat die Projektgemeinschaft eine Förderzusage erhalten. Projektlaufzeit ist vom 01.06.2024 bis zum 31.05.2028. Das Gesamtvolumen des Projektes beläuft sich auf 3,7 Mio. Euro, wobei der Anteil der OTG insgesamt rund 400 Tausend Euro ausmacht. Als Projektkonsortium arbeiten 10 Partner zusammen: Merk Fryslân (als Leadpartner), Economic Board Groningen, Stichting National Park De Alde Feanen, Nationalparkverwaltung Niedersächsisches Wattenmeer, Hochschule NHL Stenden, Hochschule Emden Leer, Waterschap Hunze en Aa's, Ökowerk Emden, Internationale Dollard Route und die Ostfriesland Tourismus GmbH. Mit dem Projekt „WattenVision“ wird eine grenzübergreifende Modellregion für nachhaltige Entwicklung und Naturerleben in Europa geschaffen. Die anvisierten Ziele sollen über insgesamt 4 Arbeitspakete erreicht werden:

- 1) Entwicklung von Bewertungs- und Monitoringmethoden zur Messung und Visualisierung von Nachhaltigkeit in ökologischer, wirtschaftlicher und sozialer Hinsicht.
- 2) CO2-Kompensationsmodelle für touristisch bedingte CO2-Emissionen
- 3) Wildnis und Naturerleben/exemplarische Entwicklung und Umsetzung neuer Erlebnisformen in Natur- und Wildnisgebieten
- 4) Förderung der Biodiversität in der Wattenmeerregion



## BARRIEREFREIHEIT

Das Marketing im barrierefreien Tourismus wird erfolgreich über die gemeinsamen Aktivitäten der AG „Leichter Reisen – Barrierefreie Urlaubsziele in Deutschland“ umgesetzt. Neben der Webseite leichter-reisen.info und der dazugehörigen Facebook-Seite wurden 2024 fünf Newsletter verschickt, die auch Ostfriesland hervorhoben. Die Pressearbeit der Agentur Thiel Public, inklusive regelmäßiger Pressemeldungen und einem umfassenden Online-Pressebereich, sicherte die Präsenz in Fachzeitschriften und Reisemagazinen. Im Online-Magazin der AG wurden elf neue Blogbeiträge veröffentlicht. Besonders hervorzuheben sind ein Gastbeitrag der Wangerland Touristik über das THALASSO MEE-RES SPA und ein Blogbeitrag der OTG zu barrierefreien Naturerlebnissen in Ostfriesland, mit dem Park der Gärten und dem DECK in Norden-Norddeich als herausragende Beispiele. Darüber hinaus wurden sieben Pressemeldungen veröffentlicht. Im Magazin forum – Nachhaltig Wirtschaften erschien ein Gastbeitrag zur Barrierefreiheit im Tourismus, in dem Ostfriesland und das Kennzeichnungssystem „Reisen für Alle“ besonders hervorgehoben wurden.

Die AG „Leichter Reisen“ präsentierte sich auf wichtigen Messen, darunter:

- Germany Travel Mart, 21. bis 23. April in Essen
- Internationale Reha- und Mobilitätsmesse für Alle, 20. bis 22. Juni in Bremen
- ITB, 5. bis 7. März in Berlin
- Tag des barrierefreien Tourismus, 6. März in Berlin (hybrid)
- REHAB, 22. bis 24. Mai in Karlsruhe
- REHACARE, 25. bis 28. September in Düsseldorf

Auf diesen Messen wurden im Rahmen der AG-Mitgliedschaft Prospekte und Informationsmaterialien zu Ostfriesland verteilt. Ein besonderes Highlight war das Meet & Greet mit Reiseblogger „Hans-Jürgen rollt“ am AG-Stand auf der REHACARE, das medienwirksam von der OTG begleitet wurde.

Zudem fanden 2024 zwei AG-Treffen in Präsenz statt, um die Marketingstrategie zu evaluieren und weiterzuentwickeln. Gastgeber der Wintersitzung war Ostfriesland, mit der Kunsthalle Emden als Tagungsort. Im Rahmen eines Exkursionsprogramms konnten die Teilnehmenden Ostfrieslands barrierefreie Angebote in Emden, Leer, Norden und Carolinensiel erleben. Mit 190 zertifizierten Objekten nach dem Kennzeichnungssystems „Reisen für Alle“ nimmt Ostfriesland im deutschlandweiten Regionsvergleich eine Spitzenposition ein und unterstreicht damit die Vorreiterrolle bei barrierefreien Reiseangeboten. Deutschlandweit sind insgesamt 3.065 Objekte nach „Reisen für Alle“ erfasst.



### Neuer Newsletter „Barrierefreies Ostfriesland“

Aufgrund der besonderen Bedürfnisse der Zielgruppe und der Vielzahl aktueller Themen hat die OTG den B2C-Newsletter „Barrierefreies Ostfriesland“ ins Leben gerufen. Zum Auftakt der Rehacare wurde der Endkunden-Newsletter erstmals an 200 Empfänger versendet. Der quartalsweise erscheinende Newsletter bündelt themenspezifische Informationen und Neuigkeiten rund um barrierefreies Reisen. Dazu zählen (re)zertifizierte Angebote nach „Reisen für Alle“, Reiseberichte von Bloggern, Serviceangebote sowie Hinweise auf Messen und barrierefreundliche Veranstaltungen.

## PROJEKTMANAGEMENT

### Bloggerreise „Hans-Jürgen rollt“ durchs Ammerland

Im Rahmen einer Kooperation mit Hans-Jürgen Rohe, bekannt als „Hans-Jürgen rollt“, fand im Mai eine fünftägige Bloggerreise im Ammerland statt, aus der vier Artikel hervorgingen. Diese Beiträge erzielten eine hohe Reichweite sowie starke Interaktionen bei der Leserschaft. Die Zusammenarbeit mit Influencern im Bereich der Barrierefreiheit macht besonders Sinn, da sie authentische Einblicke aus der Perspektive der Zielgruppe liefern und aufzeigen, wie barrierefreie Angebote in der Praxis erlebt werden können. Influencer wie Hans-Jürgen Rohe fungieren als glaubwürdige Multiplikatoren, die das Vertrauen der Community genießen und komplexe Themen wie Barrierefreiheit auf persönliche und inspirierende Weise vermitteln. Dies trägt nicht nur zur Sensibilisierung bei, sondern motiviert auch andere Betroffene, barrierefreie Reiseangebote in Ostfriesland wahrzunehmen.

### Neue Barrierefrei-Rubrik „Unsere Reiseblogger“

Neben der guten Zusammenarbeit mit Hans-Jürgen Rohe haben auch frühere Kooperationen mit Influencern wie Kim Lumelius („Wheeliewanderlust“) und dem Handbiker Veit Riffer positive Resonanz erhalten. Diese erfolgreichen Partnerschaften inspirierten zur Einführung einer neuen Rubrik „Unsere Reiseblogger“ auf der Website [ostfriesland.travel](http://ostfriesland.travel). In dieser Rubrik werden die Profile aller beteiligten Reiseblogger präsentiert und die entsprechenden Artikel verlinkt.



### Weiterbildungen zur digitalen Barrierefreiheit

Ab dem 28. Juni 2025 gilt für Websites und Apps eine gesetzliche Pflicht zur digitalen Barrierefreiheit. Damit die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in den ostfriesischen Ferienorten für das Thema „Digitale Barrierefreiheit“ sensibilisiert werden und die gesetzlichen Anforderungen an barrierefreie digitale Anwendungen erfüllen können, hat die OTG Anfang 2024 eine kostenlose Infoveranstaltung sowie ein tieferführendes Seminar für Content-Manager angeboten. Referentin war Gisela Moser von MosGiTo.

## WASSER-TOURISMUS

### Boots-Pass EJK/NGFK

Mit dem „Boots-Pass EJK/NGFK“ wurde 2022 in Zusammenarbeit mit verschiedenen Akteuren und Fachverbänden ein attraktives tarifliches Angebot für Schleusungen und Brückenöffnungen auf dem Ems-Jade-Kanal und dem Nordgeorgsfehnkanal entwickelt. Dieses Projekt dient nicht nur der Vereinfachung für Wassersportler, sondern auch dem Aufbau eines starken Netzwerks aller relevanten Wassersportakteure in der Region. Aufgrund des großen Erfolgs konnte der Boots-Pass auch 2024 erneut angeboten werden. Die Planungen sind bereits in vollem Gange, um das Angebot auch im kommenden Jahr weiterzuführen zu können.



# ONLINE-MARKETING

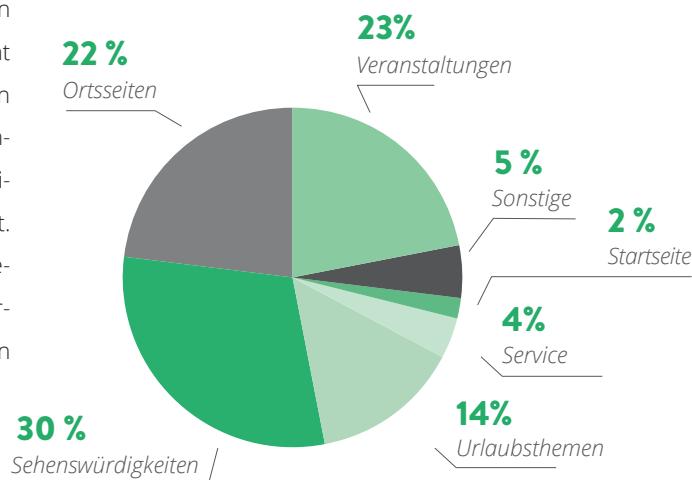
## Webseite

Jeder Ferienort im Zuständigkeitsbereich der OTG wird auf den Websites [ostfriesland.travel](#) und [ostfriesland.de](#) umfassend präsentiert. Die dort veröffentlichten Informationen zu POIs, Veranstaltungen, Gastronomie und Pauschalangeboten werden von den Ferienorten und Städten direkt in der Datenbank „destination.one“ gepflegt. Die Webseite [ostfriesland.travel](#) bildet das Herzstück der Online-Marketingstrategie der OTG. Im Jahr 2024 verzeichneten die Webpräsenzen der OTG insgesamt knapp 4 Millionen Besuche, davon entfielen 3,9 Millionen auf [ostfriesland.travel](#), dass damit über 97 Prozent aller Zugriffe generierte. Neue Landingpages wurden 2024 zu Themen wie „Ostfriesensport“, „Friesensport-EM“, „Fußball in Ostfriesland“, „Theater“, „Maibaum aufstellen“ und „Waldbaden mit Hund“ erstellt. Ergänzend wurden Themenseiten zu Sonntagsangeboten und den Nümigs angelegt, wobei der Schwerpunkt auf der Integration von Bildern aus den neuen Fotoserien lag.

Das „Digitale Ökosystem“ der OTG bildet die Grundlage für sämtliche Digitalisierungsmaßnahmen in der Region. Mithilfe umfangreicher Schnittstellen und Vertriebswege wird sichergestellt, dass alle touristischen Inhalte optimal ausgespielt und weitergegeben werden können.

## Top 7

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



## Niedersachsen HUB

Der Niedersachsen HUB dient als zentrale Plattform, um die Inhalte der touristischen Regionen und Städte Niedersachsens zu bündeln und innovative Technologien für den digitalen Wandel voranzutreiben. Die Daten aus Ostfriesland werden dabei mittels Experiencezuweisung aus der Datenbank „data.destination.one“ dem HUB zugewiesen. Zudem können Inhalte als Open Data veröffentlicht werden, gestützt auf Creative Commons Lizizenzen. Dies eröffnet externen Institutionen und Anbietern die Möglichkeit, die Daten zu nutzen, wodurch die Reichweite regionaler Angebote wächst. Ziel ist es, die Präsenz der Region auf Internetportalen und in App-Anwendungen wie „NaturTrip“ oder „By The Ways“ deutlich zu stärken. Im Jahr 2025 ist innerhalb der Destination.one Datenbank die Umstellung auf den Niedersachsen Standard geplant.

## Facebook, Instagram und Co.

Die OTG nutzt vielfältige Social-Media-Kanäle, um Ostfriesland in seinen Facetten zu präsentieren. Jeder Kanal wird individuell bespielt, sodass das aktuelle Tagesgeschehen, interessante Geschichten und regionale Themen zur Geltung kommen. Auch Marketingaktionen wie Gewinnspiele oder der beliebte Adventskalender, der gemeinsam mit den Orten umgesetzt wird, sind fester Bestandteil der Social-Media-Strategie. Besonders im Fokus stehen dabei Facebook und Instagram, die durch ihre Reichweite und vielseitigen Funktionen überzeugen. TikTok hat sich als neuer Kanal etabliert, auf dem die OTG mit einem eigenen Profil präsent ist und gezielt jüngere Zielgruppen anspricht. Ostfriesland wird zusätzlich auf Pinterest mit ansprechenden Bildern in Szene gesetzt, während auf X (ehemals Twitter) nur ausgewählte Inhalte geteilt werden.

## MARKETING

### META-Unterkunftssuche

Die META-Suche unter [unterkunft.ostfriesland.de](http://unterkunft.ostfriesland.de) aggregiert alle verfügbaren online-buchbaren Unterkünfte in Ostfriesland und bietet mit knapp 7.000 Objekten das größte Regionsangebot im Internet. Im August 2024 wurde zusammen mit dem bestehenden Dienstleister DS Destination Solutions GmbH eine neue Buchungsstrecke aufgesetzt. Diese zeichnet sich durch ein modernes, übersichtliches und nutzerfreundliches Design und deutlich verbesserte SEO-Visibilität aus. Die Buchungsstrecke wurde in die Webseite der OTG integriert. Dadurch müssen Nutzer die Webseite zum Buchen einer Unterkunft nicht mehr verlassen. Nach erfolgreicher Etablierung wird die neue Buchungsstrecke die veraltete META-Suche 2025 vollständig ablösen.

### Webseiten im Framework-Konzept

Ende 2024 wurde das Typo3-System der Framework-Partner auf die Version 12.4 aktualisiert. Das Update ermöglicht neben einer technischen Optimierung und schnelleren Ladezeiten auch ein neues, frisches Webseiten-Design. 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.

### Schulungen destination.one

Das Datenbanksystem destination.data ermöglicht die Verwaltung von POIs, Veranstaltungen, Pauschalangeboten und Gastronomiedaten. Diese Inhalte werden über verschiedene Kanäle verbreitet, darunter die eigene Website, Apps, Infostelen, Smart TVs oder WLAN-Login-Seiten. Um neuen Mitarbeitenden den Einstieg in das komplexe System zu erleichtern, führte die OTG Anfang Dezember eine Online-Schulung für Einsteiger durch, die auf großes Interesse stieß.

## KAMPAGNEN

### EM-Spöölplaan up Platt

Zur Fußball-Europameisterschaft 2024 in Deutschland brachte die OTG einen besonderen Hingucker heraus: den ersten EM-Spielplan auf Plattdeutsch. Mit dieser kreativen Aktion wurde nicht nur die Begeisterung für den Fußball, sondern auch die Bedeutung der plattdeutschen Sprache in Ostfriesland in den Fokus gerückt. Die Übersetzung in die plattdeutsche Sprache fand mit freundlicher Unterstützung des Plattdüütskbüros der Ostfriesischen Landschaft statt. Der Spielplan im großzügigen DIN-A2-Format war kostenlos über das Prospekt-bestellcenter der OTG erhältlich und konnte auch kostenfrei von den Ferienorten zur Ausgabe an Gäste bestellt werden. Begleitend dazu wurde eine neue Landingpage unter [ostfriesland.travel/football](http://ostfriesland.travel/football)

eingerichtet. Die Resonanz auf den „Spöölplaan“ war beeindruckend: Zahlreiche Radiointerviews und Berichte in der Presse sorgen für eine breite Aufmerksamkeit.





### „Theda tippt“ – Ostfrieslands Kuhrakel

Zu einer weiteren, humorvollen Aktion rund um die Fußball-EM gehörte das „Kuhrakel Theda“. Unter dem Motto „Theda tippt“ sagte die Schwarzbunte aus dem Rheiderland die Spiel-Ergebnisse der deutschen Nationalmannschaft voraus. Die Videos wurden auf den Social Media Kanälen gestreut. Auch die Reaktionen auf diese Aktion zeigen sich außerordentlich positiv.



### Kooperation mit Milchland Niedersachsen: Melkhus-Sommertour

Im Juli startete auf Initiative der Landesvereinigung der Milchwirtschaft Niedersachsen e.V. eine besondere Aktion: die Melkhus-Sommertour, bei der verschiedene Melkhuskes in Ostfriesland besucht wurden. Die Tour bot spannende Challenges wie das Erraten von Milchshake-Sorten im Blindtest oder den „Alpakaführerschein“. Mit dieser Aktion konnte nicht nur die Vielfalt der Melkhuskes, sondern auch der Charme des ländlichen Raumes in Ostfriesland und die Bedeutung regionaler Produkte in den Fokus rücken. Die Videos auf Instagram und Facebook erzielten eine Reichweite von 50.000.

### Aprilscherz

Die Platzierung eines traditionellen Aprilscherzes zählt mittlerweile zu den festen Marketingaktionen der OTG. Neben der Erregung von Aufmerksamkeit und Unterhaltung der Gäste ist es das Ziel, die Vielfalt Region auf humorvolle Weise zu präsentieren. 2024 wurde eine Aktion in Kooperation mit dem Niedersächsischen Landesbetrieb für Wasserwirtschaft, Küsten- und Naturschutz (NLWKN)

auf die Beine gestellt. Dabei wurde die feierliche Eröffnung einer überlebensgroßen Schaf-Statue am Ems-Jade-Kanal an der Schleuse Kukelorum fingiert. Die Verbreitung des Aprilscherzes fand über die Sozialen Medien statt. Zudem bildete die Veröffentlichung einer Pressemitteilung einen zentralen Bestandteil.



## MARKETING

### Sommer-Bastelwettbewerb „Nümigs“

Im Sommer rief die OTG zur Teilnahme an einem kreativen Bastelwettbewerb auf. Die Aufgabe bestand darin, die Ausmalbögen der Nümigs so originell wie möglich zu gestalten. Damit wurden die typischen Tiere Ostfrieslands in den Mittelpunkt gerückt. Eine fünfköpfige Jury bewertete die insgesamt 97 eingereichten Kunstwerke nach Kriterien wie Kreativität, Originalität und gestalterischer Umsetzung. Zu gewinnen waren neun hochwertige Gewinnpakete. Aufgrund des großen Erfolgs soll der Wettbewerb 2025 erneut durchgeführt werden.



### Ostfriesisches Kaminfeuer

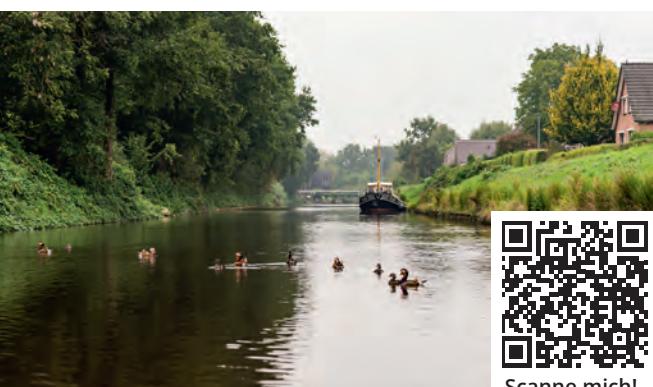
Viele Hotels und Unterkünfte begrüßen Gäste mit virtuellen Kaminfeuern auf Bildschirmen. Doch die OTG hat sich gefragt: Geht das noch ostfriesischer?

Das neue „ostfriesische Kaminfeuer“ auf YouTube entführt diesmal auf eine idyllische Bootsfahrt entlang des Ems-Jade-Kanals – pure Entschleunigung und Ostfriesland-Flair. Nach dem Erfolg des Vorjahres mit einer ostfriesischen Kuhweide als Motiv stehen diese kreativen Alternativen allen Leistungsträgern zur Verfügung, etwa für Bildschirme in Hotel-Lobbys oder Zimmern, um Gästen die Region näherzubringen. Betriebe finden Informationen zur Einbindung unter: [ostfrieslandtourismus.info/ostfriesisches-kaminfeuer](http://ostfrieslandtourismus.info/ostfriesisches-kaminfeuer)

### Gewinnspiele

Die OTG führt regelmäßig oft in Zusammenarbeit mit Partnern, Gewinnspiele durch, die perfekt zu Ostfriesland passen und stets auf eine große Resonanz stoßen. Zu den bewährten Aktionen gehört u.a. eine Marketing-Kooperation mit dem Ravensburger Spieleverlag: Gemeinsam mit den Ferienorten wurden Puzzles mit Motiven aus ganz Ostfriesland gestaltet und über diverse Social-Media-Aktionen verlost. Die Aktion verzeichnete 6.500 Teilnahmen. Im Frühjahr wurde mit der Autorin Sylvia Lott ein weiteres Gewinnspiel realisiert, begleitet von einem Blog-Beitrag über sie, der zusätzliche Aufmerksamkeit auf die Aktion lenkte. Über das ganze Jahr hinweg wurden verschiedene Gewinnspiele umgesetzt, die alle eines gemeinsam haben: Sie sind eng mit Ostfriesland verbunden und machen Lust auf die Region:

- Tickets Messe „Reisen und Camping Essen“
- Teerosen-Sticker (Ostern)
- Teerosen-Postkarten und -Büdel
- Postkartensätze „Ostfriesland-Facts“ und „Teerose“
- Buchverlosung „Von Ohrenherchen und Tubatölpeln“ anlässlich der Zugvogeltage 2024
- Buchverlosung „Ostfriesisches Märchenbuch“
- Wimmelbildpuzzle



## Bucket-Listen

2024 wurden erstmals Jahreszeiten-Bucket-Listen eingeführt, die die Attraktivität Ostfrieslands auf ansprechende und visuelle Weise präsentieren. Die zweisprachigen Listen (Hochdeutsch und Plattdeutsch) bieten eine vielfältige Auswahl an Aktivitäten, wie winterliche Wanderungen, gemütliche Teemomente oder besondere kulinarische Erlebnisse.

Nach den erfolgreichen Herbst- und Winter-Editio nen wird das Konzept 2025 erweitert – unter anderem mit Listen für Frühling und Sommer sowie speziellen Themen wie Kultur oder Barrierefreiheit.



## Adventskalender

Auch 2024 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 ge-

winnen gab es Sachpreise, Erlebnisse, Fan-Pakete, Gutscheine oder sogar Übernachtungen. Die Resonanz bei den Gästen fällt üblicherweise sehr positiv aus. 2023 wurden rund 78.000 Teilnahmen registriert. Die Reichweite belief sich auf 285.000.

## Ostfriesland-Blog: Reisemagazin Ostfriesland

Das Online-Reisemagazin „Teetied“ ([teetied-ostfriesland.de](http://teetied-ostfriesland.de)) bietet faszinierende Einblicke in Ostfriesland und stellt die besonderen Persönlichkeiten der Region in den Mittelpunkt. Mit multimedial aufbereiteten Inhalten, packendem Storytelling und fundierten Hintergrundberichten eröffnet es Gästen neue, spannende Perspektiven. Aktuell umfasst das Magazin 169 Artikel zu einer breiten Palette von Themen. Ein besonderer Schwerpunkt liegt auf den „Köpfen“ Ostfrieslands, um authentische und emotionale Geschichten zu erzählen, die die Einzigartigkeit der Region hervorheben. Das Reisemagazin wird regelmäßig über verschiedene Medienkanäle verbreitet, um eine breite Zielgruppe zu erreichen. Die aufbereiteten Geschichten inspirieren nicht nur Leserinnen und Leser, sondern dienen oft auch der Presse und dem Fernsehen als Grundlage für Reportagen und Dokumentationen.

## Ostfriesland Shop

In unserem Ostfriesland Shop finden eingefleischte Ostfriesland-Fans alles, was das Herz begeht. Erhältlich sind verschiedene Motivreihen, wie die beliebte Teerose, die ostfriesischen Häuptlinge oder Austin, der Austernfischer. Ob T-Shirt, Tasse, Kochschürze, Badelatschen oder Büdel – die Entscheidung fällt gar nicht so leicht. Als neuestes Produkt ist das Wimmelbildpuzzle (Vgl. S. 15) seit November 2024 im Shop erhältlich.



## MARKETING

# PRINTPRODUKTE

Neben der jährlichen Neuauflage des Reiseschmökers und des Radkataloges erfolgten 2024 die Neuauflage der Radkarte und der Ausflugskarte. Zudem wurde erstmalig die Wimmelbildkarte entwickelt. Der Vertrieb fand direkt über das Prospektbestellcenter, durch die Auslagen auf Messen, durch Coupon-Anzeigen, durch Beillagen und durch die Verteilung von Partnern statt.



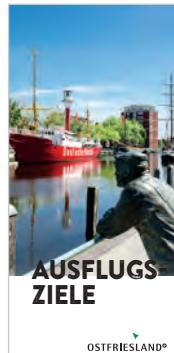
**Ostfriesland - Reiseschmöker**  
(Gültigkeit 2024)  
Auflage 50.000



**Radurlaub - Ostfriesland naturnah erleben**  
(Gültigkeit 2024)  
Auflage 50.000



**Radkarte - Ostfriesland Radrouten**  
(Gültig seit März 2024)  
Auflage 100.000



**Ostfriesland - Ausflugsziele**  
(Gültig seit Juli 2024)  
Auflage 100.000



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



**Ostfriesland - Camping- und Reisemobilplätze**  
(Gültig seit Juli 2023)  
Auflage 50.000



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



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

## Wimmelbildkarte

Im Mai 2024 wurde die Wimmelbildkarte für Ostfriesland veröffentlicht – ein Premierenprojekt für die Region! Mit viel Humor und Liebe zum Detail zeigt die Karte die Vielfalt Ostfrieslands in Illustrationen: von typischen Landschaften über historische Sehenswürdigkeiten bis hin zu kulturellen Eigenheiten. Die Karte mit einer Auflage von 70.000 Exemplaren ist kostenfrei im Prospektbestellcenter der OTG und in den Touristinformationen erhältlich. Zudem steht die Karte auch Unterkunftsbetrieben, Museen und anderen Leistungsträgern zur Ausgabe an Gäste zur Verfügung.

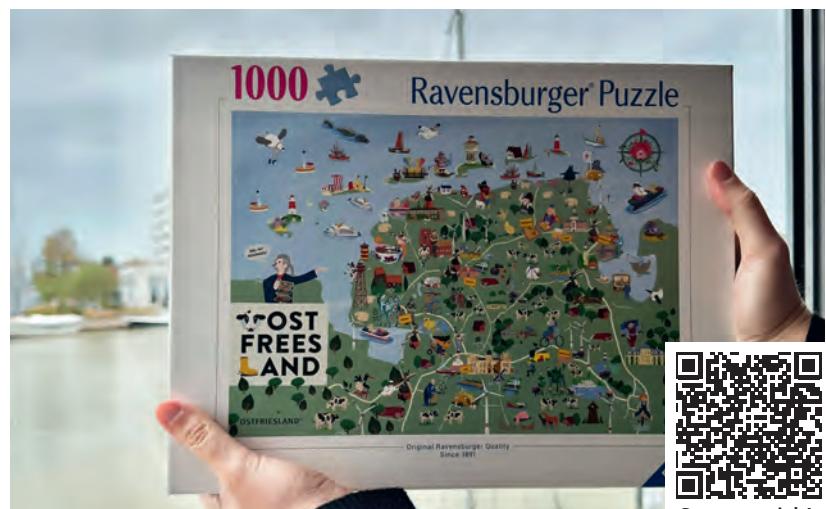


## Wimmelbildpuzzle

Im November 2024 wurde die Ostfriesland-Wimmelbildkarte als hochwertiges 1000-Teile-Puzzle in Zusammenarbeit mit Ravensburger veröffentlicht. Für Ferienorte und Leistungsträger bietet sich damit eine attraktive Möglichkeit, das Puzzle im Weiterverkauf anzubieten – sei es als originelles Souvenir oder als besonderes Geschenk. Auch im Online-Shop der OTG ist das Puzzle erhältlich. So haben Gäste die Chance, ein Stück Ostfriesland mit nach Hause zu nehmen und die Region noch einmal entspannt am Wohnzimmertisch zu erkunden.

## Postkarten „Ostfriesland Facts“ und „Teerose“

Nachdem die Sprüche postkarten „Es heißt Moin. Moin Moin ist schon Gesabbel“, „Die weißen Tauben sind Möwen“ und „Sturm ist erst, wenn die Schafe keine Locken mehr haben“ bereits sehr erfolgreich im Einsatz sind, wurden zwei weitere thematische Serien „Ostfriesland Facts“ und „Teerose“ mit jeweils 10.000 Exemplaren aufgelegt. Beide Serien zählen auf die Marke Ostfriesland ein und sollen auf Besonderheiten der Region aufmerksam machen. Alle Ferienorte und Städte haben die Möglichkeit, die Karten für den Weiterverkauf in den Touristinformationen zu erwerben.



Scanne mich!



# PRESSE- UND ÖFFENTLICHKEITSARBEIT

2024 war Ostfriesland in zahlreichen regionalen und überregionalen Presseberichten vertreten. Neben allgemeinen Themen zur Reiseregion standen die Tourismusentwicklung, die Auslastung und die Wetterlage in den Ferienzeiten sowie der Fachkräftemangel im Fokus. Um eine klare und abgestimmte Kommunikation zu gewährleisten, arbeitete die OTG mit der TANO zusammen und stimmte die Kernbotschaften ab, um Doppelarbeit zu vermeiden.

Ein besonderer Schwerpunkt lag auf der Betreuung von Redakteuren renommierter und reichweitenstarker Medien bei ihren Recherchen vor Ort. Zudem unterstützte die OTG externe Pressereisen oder Redaktionen bei der Vorbereitung von Dreharbeiten in Ostfriesland (z. B. von Shopping Queen zur Vorbereitung der Folge aus Ostfriesland oder Schwiago Film GmbH für den neuesten Ostfriesenkrimi).

## B2B Webseite

Unter [ostfrieslandtourismus.info](http://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 sind beispielsweise auch die ostfriesischen Kaminfeuer (Vgl. S.12) integriert.

## Qualitätsoffensiven und Schulungen

Um die steigende Qualitätsorientierung im Tourismus zu fördern, informiert die OTG über Weiterbildungsangebote (z. B. im „Elführtje“) und bietet eigene Schulungen (z. B. destination.one) an. Darüber hinaus engagiert sich die OTG für die Umsetzung von Qualitätsstandards in Ostfriesland. Dazu zählen das bundesweite Kennzeichnungssystem „Reisen für Alle“ sowie die Zertifizierungen Bett & Bike, ServiceQualität Deutschland und KinderFerienLand Niedersachsen.

# ANZEIGEN

Über das Jahr hinweg präsentierte sich die Reise-region Ostfriesland über Anzeigen in verschiedenen Medien. Um die Bestellung von Prospekt-material zu erleichtern, kamen Coupon-Anzeigen zum Einsatz, ergänzt durch Image-Anzeigen und redaktionelle Beiträge. Der Reiseschmöker wurde zusammen mit dem Radkatalog Anfang des Jahres vor allem in reichweitenstarken, themenübergreifenden Medien wie der Apotheken-Umschau, der Landlust, der ADAC Motorwelt sowie in der Zeitungsbeilage „Deutschlands schönste Reiseziele“ beworben. Die Camping & Stellplatzkarte Ostfries-land wurde in der Juli-Ausgabe im neuen Magazin „Vantrip“ mit einer Auflage von 40.000 präsentiert. Zusätzlich wurde in dem Magazin eine Newsmel-dung zum Radkatalog geschaltet. Die Anzeigenwer-bung im radtouristischen Bereich konzentrierte sich auf den Radkatalog und die Radservice-Webapp. Geworben wurde mit Advertorials (redaktionelle Aufbereitung mit Bild und Text) und Newsmel-dungen in nachfolgenden Fahrradfachmagazinen:

- Schönste Radziele (Beilage Focus, Ausgabe 03/2024)
- Bike & Travel (04/2024)
- Fahrradland Deutschland Magazin (05/2024)
- E-Bike Touren (Ausgaben Februar und August 2024)
- Radwelt vom ADFC (12/2024)

Zusätzlich wurde in der Beilage „Reise Inspiration“ in der Frauenzeitschrift „Brigitte“ das Radthema in den

Fokus gerückt. In Kooperation mit den Ostfriesland Rad-Routen wurden in „Deutschland per Rad ent-decken“ vom ADFC alle Routen sowie der Routenführer und der Radkatalog beworben. Die Kooperation wird 2025/2026 weitergeführt und wurde in diesem Jahr bereits über die OTG abgewickelt. Eine Beilegerak-tion in der „Bike & Travel“ (10.000 Radkataloge in der Abo-Auflage plus Niedersachsen und NRW) runden das Anzeigen-Spektrum ab. Die Prospektanfragen im Zeitraum Januar bis Oktober beliefen sich auf 14.536 und lagen damit auf Vorjahresniveau.



Ostfriesland Tourismus GmbH  
Ledastraße 10 · 26789 Leer  
Tel. 0491 919696-60  
urlaub@ostfriesland.travel  
[www.ostfriesland.travel](http://www.ostfriesland.travel)



## Ostfriesland

Weite, Wolken, Watt und Meer

In Himmel bis zum Horizont, weiße Schäfchen-wolken, unendliche Weite und das Wattenmeer – einfach mal durchatmen und den Alltag ver-gessen. Urige Dörfer mit Backsteinkirchen, ro-mantische Sielhäfen mit Kutterflossen, Mühlen und Schlösser sowie bunt blühende Parkanlagen, Kanäle und Flüsse prägen die Region. All das lässt sich während eines entspannten Radurlaubs erleben. Inspiration dazu bietet der Radkatalog. Darin findet sich alles, was das über 3.500 km lange Radwegenetz zu bieten hat: von Wochenend-über Tagestouren bis hin zu Sternfahrten und tollen Pausentipps am Wegesrand. Eine Übersicht radfreundlicher Unterkünfte rundet den kosten-losen Katalog ab.

### Die Radservice-App für Ostfriesland

Alle Infos für Ihre Radtour: Navigation, Einkehr-tipps, Ausflugsziele, Einkaufsmöglichkeiten etc. in Ihrer Nähe unter [radapp.ostfriesland.travel](http://radapp.ostfriesland.travel)

# MESSEN

Auch 2024 war die OTG auf verschiedenen Messen aktiv und präsentierte Ostfriesland als attraktives Reiseziel. Dazu gehörte die Reise & Camping in Essen (28.02. bis 03.03.2024 - Kooperation mit den Campingplätzen Dangast, Bensersiel, Carolinensiel, Westoverledingen und Wiesmoor). Neben den eigenen Campingplatzbroschüren stand hier die Camping- und Reisemobilkarte der OTG im Fokus.

Zusätzlich haben sich die fünf Ostfriesland Rad-Routen auf dem Leezenfrühling in Münster und der ADFC Messe in Osnabrück präsentiert. Mit im Gepäck hatten sie dabei den Radkatalog und die Radkarte der OTG. Zudem fanden Katalogverteilungen auf insgesamt 15 Rad- und Aktivmessen durch VIA statt. Über die RTM wurde der Radkatalog zusätzlich auf vier Reisebörsen verteilt. Auf diese Weise war eine deutschlandweite Streuung gewährleistet.



## Grüne Woche

Vom 19. bis 28.01.2024 präsentierte sich die Reiseregion Ostfriesland als Mitaussteller auf dem Stand der LandTouristik Niedersachsen e.V. (LTN) auf der „Grünen Woche“ in Berlin. Besucher der Messe erhielten spannende Einblicke in die Besonderheiten der Reiseregion Ostfriesland. Die Messe ist eine jährliche

internationale Messe für Ernährung, Landwirtschaft und Gartenbau, die eine Vielzahl von Ausstellungen, Produkten und Veranstaltungen präsentierte. Die Initiative ging auf die Kreisverbände des Städte- und Gemeindeverbunds Ostfrieslands zurück.





# NETZWERKE

## Arbeitskreise

Verschiedene Arbeitskreise der OTG fördern einen intensiven und themenspezifischen Austausch zwischen der OTG und den Touristikern der ostfriesischen Halbinsel. Diese Plattformen ermöglichen es, wichtige Themen fachlich zu diskutieren und gemeinsame Lösungsansätze zu entwickeln. 2024 fanden Arbeitskreissitzungen zu den Schwerpunkten Barrierefreiheit, Camping, Nachhaltigkeit und Radtourismus statt. Die Treffen sind oft mit Besichtigungen von Praxisbeispielen verbunden. Sowohl der AK „Barrierefreies Ostfriesland“ als auch der AK „Nachhaltiges Ostfriesland“ tagten im Park der Gärten in Bad Zwischenahn. Im Rahmen einer themenspezifischen Führung erkundeten die Mitglieder beider Arbeitskreise Best-Practice-Beispiele, die Ansätze und Lösungen zu den Themen Barrierefreiheit und Nachhaltigkeit veranschaulichten.

Der Rad-AK traf sich zweimal im Jahr. Im Fokus standen die Umsetzung sowie die Marketingmaßnahmen zur Radservice Webapp sowie die gemeinsamen Aktionen der Ostfriesland Radrouten. Bereits 2023 wurde der Camping-Arbeitskreis ins Leben gerufen, der als Plattform für den Austausch zu zentralen Themen im Campingtourismus dient. Ein fester Bestandteil der Treffen ist die Besichtigung eines Campingplatzes des jeweiligen Gastgebers. 2024 fanden die Arbeitskreise in Neuharlingersiel und Westoverledingen statt. In Neuharlingersiel erhielten die Teilnehmer spannende Einblicke in den neugestalteten Campingplatz, dessen moderne Ausstattung und Konzept vorgestellt wurden. Zudem referierte der damalige Geschäftsführer des Bundesverbands der Campingwirtschaft in Deutschland (BVCD), Christian Güter, über die digitale Buchungsplattform Campnerd. Auch in

Westoverledingen fand eine Platzbesichtigung statt. Besonders beeindruckten die Glamping-Angebote, darunter Safari-Zeltlodges und Schlaffässer, die modernen Komfort mit einem naturnahen Urlaubserlebnis verbinden. Im Anschluss wurde der neue Geschäftsführer des BVCD, Prof. Dr. Frank Schaal, als Gastreferent begrüßt. In seinem Vortrag stellte er umfassende Marktforschungsdaten und aktuelle Campingtrends vor, die den Teilnehmern wertvolle Einblicke und Impulse für die Weiterentwicklung ihrer Angebote lieferten.

## 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 (Vgl. S. 7).



## TEAM



**IMKE  
WEMKEN**

Geschäftsführerin

Tel. 04 91 | 91 96 96 62

i.wemken@ostfriesland.travel



**WIEBKE LEVERENZ**

Presse- und

Öffentlichkeitsarbeit

Tel. 04 91 | 91 96 96 64

w.leverenz@ostfriesland.travel



**SILVIA MÜLLER**

Radtourismus, Camping-

tourismus, Anzeigen und Messen

Tel. 04 91 | 91 96 96 63

s.mueller@ostfriesland.travel



**CAROLIN EWEN**

Barrierefreier Tourismus und

Nachhaltigkeit

Tel. 04 91 | 91 96 96 66

c.ewen@ostfriesland.travel



**MAIKE  
GELDER**

Online-Marketing

Tel. 04 91 | 91 96 96 57

m.gelder@ostfriesland.travel



**FRANZISKA  
HOTS**

Online-Marketing

Tel. 04 91 | 91 96 96 96

f.hots@ostfriesland.travel



**MAIKE  
VAN VLYTEN**

Online-Marketing

(in Elternzeit)



**SARAH  
SÜHWOLD**

Auszubildende

Tel. 04 91 | 91 96 96 68

s.suehwold@ostfriesland.travel



**ASTRID  
REINHARDT**

Online-Marketing

Tel. 04 91 | 91 96 96 66

a.reinhardt@ostfriesland.travel



**ALINA  
TAMMÄUS**

Online-Marketing

Tel. 04 91 | 91 96 96 61

a.tammaeus@ostfriesland.travel

„Ich bin die Garnele – unauffällig, aber wichtig genug, um hier aufzutauchen.“





---

## 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](mailto:urlaub@ostfriesland.travel)  
[ostfriesland.travel](http://ostfriesland.travel)

**Redaktion:**

Ostfriesland Tourismus GmbH

**Gestaltung:**

m01n digitalagentur

**Druck:**

printoo GmbH, Drucklegung: Dezember 2024

**Fotos:**

Ostfriesland Tourismus GmbH, FeuerQuell Fotografie (S. 2, 18), Anna Meurer (S. 3, 5, 20), Janis Meyer (S. 6), Milchland Niedersachsen (S. 11), m01n digitalagentur (S. 4, 11, 12), Moritz Naumann (S. 18), Hans-Jürgen Rohe (S. 8)

  
**OSTFRIESLAND®**

Mit dem  
„Kuh-R Code“  
zur Webseite

