



Jahres-bericht

Moin Mitnanner!



Das Jahr 2025 war für die Ostfriesland Tourismus GmbH voller Bewegung, neuer Impulse und wichtiger Entscheidungen. Gemeinsam mit unseren Partnern, Ferienorten und Gesellschaftern haben wir zentrale Zukunftsthemen vorangebracht und gezeigt, wie leistungsstark und verlässlich der Tourismus in Ostfriesland arbeitet. Mit dem Start des Förderprojekts KIO – KulTour-Innovationen für Ostfriesland am 15. Februar haben wir einen bedeutenden Meilenstein gesetzt. Gemeinsam mit der Ostfriesischen Landschaft entwickeln wir den Kulturtourismus unserer Region zukunftsweisend weiter: klimabewusst, digital vernetzt und zielgruppenorientiert.

Auch im Interreg VI A-Projekt WattenVision ging es 2025 voran. Zehn Partner aus Deutschland und den Niederlanden arbeiten daran, die Wattenmeerregion zu einem der nachhaltigsten Lebensräume und Reiseziele Europas zu entwickeln.

Die OTG hat insbesondere im Bereich Barrierefreiheit konkrete Maßnahmen realisiert – von einer Blogger- und Pressereise über Schulungen bis hin zur Entwicklung qualitätsgesicherter Angebote. Ein zentrales Thema war das Barrierefreiheitsstärkungsgesetz mit dem Stichtag am 28. Juni 2025. Wir haben unsere Partner durch Schulungen und praxisnahe Unterstützung bei den notwendigen Webseiten-Anpassungen begleitet, damit Ostfriesland auch digital ein zugängliches und verlässliches Reiseziel bleibt.

Mit dem Marken Monitor Tourismus haben wir zudem eine fundierte Marken- und Wettbewerbsanalyse durchgeführt. Grundlage war eine deutschlandweite Online-Befragung mit 4.000 Teilnehmenden aus allen Bundesländern und 43 Destinationen – ein wichtiger Baustein für die strategische Schärfung unseres Markenprofils.

Darüber hinaus wurden unsere Bucket Lists für unsere Gäste komplettiert und auch intern konnten wir viele Punkte auf unserer eigenen „Bucketlist“ erfolgreich abhaken.

Dieser Jahresbericht zeigt, wie viel wir gemeinsam erreicht haben – und wie stark Ostfriesland von der engagierten Zusammenarbeit aller Partner lebt. Wir danken Ihnen für Ihr Vertrauen und freuen uns darauf, gemeinsam auch 2026 mutig und entschlossen weiterzugestalten.

Imke Wemken



Inhalt

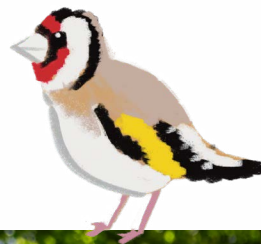
4 Projektmanagement

*Kulturtourismus, Nachhaltigkeit,
Barrierefreiheit, Radtourismus,
Wassertourismus*



10 Marketing

*Online-Marketing, Kampagnen und
Aktionen, Presse- und Öffentlichkeits-
arbeit, Printprodukte, Anzeigen,
Messen*

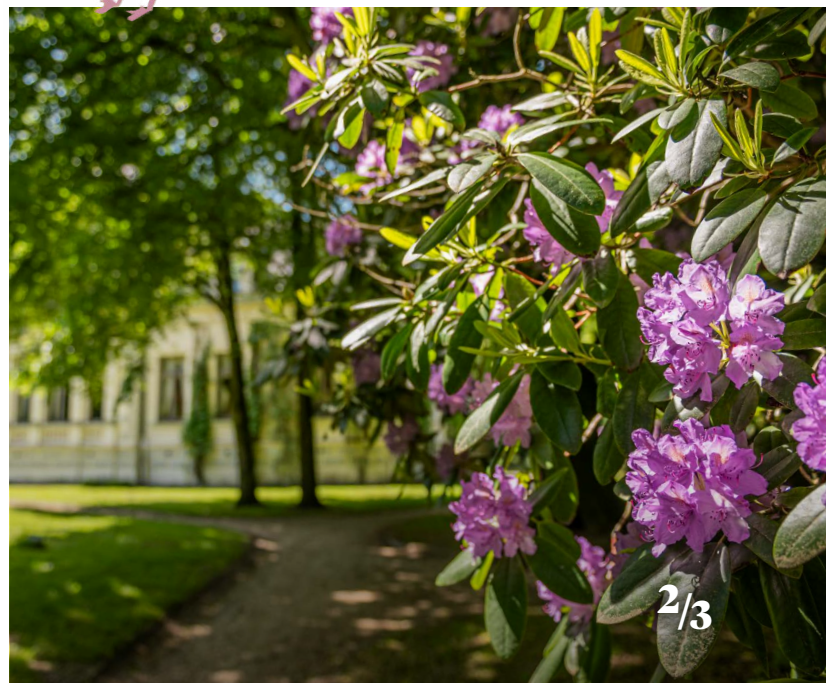


18 Netzwerke

Arbeitskreise und Kooperationen

19 Team

*Die Ostfriesland Tourismus GmbH
stellt sich vor*



KIO – KulTour- Innovationen für Ostfriesland



Kultur. Innovationen. Ostfriesland.

Das Förderprojekt KIO ist am 15.02.2025 gestartet. Gemeinsam entwickeln die Ostfriesische Landschaft und die Ostfriesland Tourismus GmbH den Kulturtourismus der Region zukunftsweisend, klimagerecht und digital weiter. Seit Projektbeginn wurden erste Marketingmaßnahmen umgesetzt und grundlegende Weichen für digitale und spielerische Vermittlungsformate (z. B. im Bereich Gamification) gestellt. KIO unterstützt Kultur- und Tourismuseinrichtungen dabei, Ostfrieslands kulturelle Identität zu stärken und in die Zukunft zu führen. Gefördert wird KIO durch das Niedersächsische Ministerium für Wirtschaft, Verkehr, Bauen und Digitalisierung sowie die Landkreise Aurich, Leer, Wittmund und die Stadt Emden.

[ostfrieslandtourismus.info/foerderprojekte/
kio-mehr-erfahren](https://ostfrieslandtourismus.info/foerderprojekte/kio-mehr-erfahren)



Nümig-Bastelwettbewerb

Im Sommer rief die OTG erneut im Rahmen von KIO zu einem kreativen Bastelwettbewerb auf, angelehnt an die Ausstellung der Kunsthalle Emden „Dem Himmel so nah. Wolken in der Kunst.“ Die Aufgabe bestand darin, mit den Ausmalbögen der Nümigs ein eigenes „Himmelsabenteuer“ zu gestalten und so die typischen Tiere Ostfrieslands in Szene zu setzen. Eine sechsköpfige Jury bewertete die 65 eingereichten Kunstwerke nach Kreativität, Originalität und Erfüllung der Aufgabenstellung. Zu gewinnen waren neun hochwertige Gewinnpakete.



„Wind. Wasser. Weite.“ – Der Ostfriesland-Podcast

Mit dem Audio-Format „Wind. Wasser. Weite. – Der Ostfriesland Podcast“ wird die Region seit August 2025 monatlich aus unterschiedlichen Perspektiven erlebbar gemacht. Die ersten Folgen widmeten sich Themen wie der plattdeutschen Sprache, der Kunsthalle Emden und dem Bunting Teemuseum. Der Podcast ist ein zentrales Element des Projekts KIO und trägt dazu bei, die kulturelle Vielfalt Ostfrieslands sichtbar zu machen und neue Zielgruppen anzusprechen.



Moin Moin! Das Kartenspiel

Um Kultur-, Tourismus- und Politikakteure in der Region auf das KIO-Projekt aufmerksam zu machen, wurde das Moin Moin-Spiel entwickelt. Das an Mau Mau angelehnte Kartenspiel enthält liebevoll gestaltete Illustrationen mit typischen Motiven aus der Region. Ziel ist es, das Projekt auf charmante und humorvolle Weise ins Gespräch zu bringen.



„
**MOIN
MOIN!**
Darf man wirklich nur bei
diesem Spiel sagen!

Nachhaltigkeit: WattenVision

WattenVision
WaddenVisie

Im Interreg VI A-Projekt WattenVision, das die grenzübergreifende Wattenmeerregion zu einem der nachhaltigsten Lebensräume und Reiseziele Europas entwickeln soll, hat die Ostfriesland Tourismus GmbH 2025 wichtige Akzente gesetzt. Ein besonderer Fokus lag auf authentischen Naturerfahrungen, nachhaltiger Mobilität und Aspekten sozialer Nachhaltigkeit. Ein zentraler Schritt war die Veröffentlichung der neuen Landingpage „Wildnis und Natur erleben in Ostfriesland“. Sie stellt naturnahe Angebote und Wildnismomente kompakt

und inspirierend vor und bildet künftig die digitale Basis für die Wildnis- und Naturkommunikation im Rahmen von WattenVision. Um die bisherigen Fortschritte und Ergebnisse des Projekts anschaulich darzustellen, wurde zudem ein digitales Magazin veröffentlicht. Die erste Edition porträtiert die Arbeitspakete, enthält Interviews mit Partnerorganisationen und zeigt bereits umgesetzte Aktivitäten aus Deutschland und den Niederlanden.

interreg6a.maglr.com



Bloggerreise „Hans-Jürgen rollt durch Friesland“

Im September 2025 erkundete Reiseblogger Hans-Jürgen Rohe im Rahmen von WattenVision den Landkreis Friesland. Die sechstägige Tour verband barrierefreies Naturerleben mit nachhaltigen Angeboten – von einer Wattexkursion in Schillig über kulturelle Highlights in Jever bis zum Inseltag auf Wangerooge. Die Berichte erscheinen seit November 2025 im Facebook-Kanal „Hans-Jürgen rollt“ (Ø Reichweite ca. 85.000 pro Beitrag) sowie auf ostfriesland.travel, verlinkt mit dem vollintegrierten Blog im Resiemagazin „Teetied“. Damit werden auch Zielgruppen erreicht, die kein Social Media nutzen und digitale Barrierefreiheitsanforderungen erfüllt.

Schulungsangebot „Barrierefreiheit in Führungen“

Im November 2025 bot die OTG zwei ganztägige Schulungen in Carolinensiel-Harlesiel und Emden an. Referentin Romy Meister vermittelte Grundlagen zu verschiedenen Beeinträchtigungen sowie praxisnahe Übungen für barrierearme Touren. Die Teilnehmenden schätzten vor allem die direkte Anwendbarkeit der Erkenntnisse. Die Schulungen stärken sowohl die soziale Nachhaltigkeit als auch die Qualität barrierefreier Angebote in Ostfriesland.



Pressereise „Wandern in der Heimat“

Im August 2025 erkundete Journalistin Maren Otto (Magazin fairkehr, Auflage 50.000) Ostfriesland an fünf Tagen – zu Fuß, mit dem Rad und per ÖPNV. Die Pressereise vermittelte unmittelbare Eindrücke vom Wattenmeer, nachhaltiger Mobilität und barrierefreien Angeboten.

Der daraus entstandene Artikel „Wo Wind und Wellen um die Wette tanzen“ erschien in der Printausgabe, auf der Plattform Anderswo sowie ergänzend im Blog „Teetied“, wo ein begleitendes Interview Einblick gibt, wie gut nachhaltiges Reisen in Ostfriesland gelingt.



Barrierefreiheit

Barrierefreiheit bleibt ein zentrales Qualitätsmerkmal für Ostfriesland als Urlaubsregion. 2025 standen die Weiterentwicklung barrierefreier Angebote, die bundesweite Vermarktung über starke Netzwerke sowie der fachliche Austausch mit Expert*innen im Mittelpunkt. Neben der Mitarbeit in der Arbeitsgemeinschaft „Leichter Reisen“ stärkte die OTG durch Messeauftritte, Schulungen und gezielte Kommunikationsmaßnahmen die Sichtbarkeit barrierefreier Angebote und die Position Ostfrieslands als führende barrierefreie Destination. Zahlreiche Maßnahmen konnten dabei durch die WattenVision unterstützt werden – etwa die Bloggerreise mit Hans-Jürgen Rohe durch Friesland und Schulungen für Gäste- und Landschaftsführende.



Arbeitsgemeinschaft „Leichter Reisen – Barrierefreie Urlaubsziele in Deutschland“

Die AG „Leichter Reisen“ fördert das Marketing barrierefreier Urlaubsziele in Deutschland, wovon Ostfriesland als Mitglied direkt profitiert. 2025 tagte die AG in der Sächsischen Schweiz (12. bis 14. Mai) als auch in Magdeburg (27. bis 28. November). Im Mittelpunkt standen fachlicher Austausch, Best-Practice-Exkursionen, die Vorstellung aktueller Entwicklungen der Facharbeitsgruppe „Reisen für Alle“ und die strategische Weiterentwicklung der AG. Ostfriesland profitierte weiterhin von gezielten Kommunikationsmaßnahmen im Rahmen der Mitgliedschaft über Newsletter, Blogbeiträge, Social Media und Pressearbeit.

REHACARE – Barrierefreier Tourismus im Fokus

Auf der Fachmesse REHACARE übernahm die OTG stellvertretend für die Arbeitsgemeinschaft „Leichter Reisen“ die Standbetreuung an zwei Messetagen. Die hohen Besucherzahlen zeigten das große Interesse an barrierefreien Angeboten, besonders gefragt war der gemeinsame Beileger „Besondere Unterkünfte“. Ein Highlight war die Podiumsdiskussion mit anschließendem Meet & Greet mit Reiseblogger „Hans-Jürgen rollt“ am AG-Stand auf der REHACARE, das medienwirksam von der OTG begleitet wurde.

Messen und Veranstaltungen 2025

Die AG präsentierte sich auf zahlreichen Fachmessen:

- Internationale Tourismus Börse (ITB), Berlin, 4. bis 6. März
- Tag des barrierefreien Tourismus, Berlin, 5. März (hybrid)
- German Travel Mart, Bonn, 25. bis 27. März
- REHAB, Karlsruhe, 22. bis 24. Mai
- REHACARE, Düsseldorf, 17. bis 20. September
- Destinations for All, Turin, 5. bis 7. Oktober

Auf diesen Messen wurden Informationsmaterialien zu Ostfriesland verteilt, die Sichtbarkeit der Region gesteigert und der Austausch mit Fachbesuchern und Netzwerkpartnern intensiviert. Die Präsenz der AG auf Fachveranstaltungen wie der ITB, dem GTM und „Destinations for All“, stärkt die Vernetzung und positioniert Barrierefreiheit im Tourismus nachhaltig.

Kennzeichnungssystem „Reisen für Alle“

Mit 174 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 2.792 Objekte nach „Reisen für Alle“ erfasst.



B2C-Newsletter „Barrierefreies Ostfriesland“

Der Newsletter „Barrierefreies Ostfriesland“ verzeichnet rund 250 Abonnent*innen und erscheint viermal jährlich. Die Ausgaben zeigen überdurchschnittlich hohe Werte: eine Öffnungsrate von über 60 Prozent (Branchenschnitt Tourismus: 23,6 %) und eine Klickrate von über 44 Prozent (Branchenschnitt: 1,27 %). Besonders beliebt sind Beiträge zu zertifizierten Betrieben, Bloggerberichten und barrierefreien Unterkünften.

Radtourismus

Der Radtourismus zählt zu den Kernthemen Ostfrieslands. Das über 3.500 Kilometer lange Radwegenetz erschließt die gesamte Region und bietet Gästen vielfältige Möglichkeiten zur individuellen Streckengestaltung. Eine wichtige Grundlage bildet die enge Zusammenarbeit mit den fünf Ostfriesland-Radrouten, die gemeinsam für ein einheitliches Qualitäts- und Serviceverständnis sorgen und den Radurlaub in Ostfriesland prägen.

Workshops zum Radtourismus

In zwei Workshops wurde 2025 der aktuelle Status Quo der Navigationsmöglichkeiten im Radtourismus zusammen mit Michael Pahl von der Firma Embeteco analysiert. Im Mittelpunkt standen die digitalen Outdoorplattformen Komoot und Outdooractive. Diskutiert wurden Ansätze für eine effizientere Datenerhebung, -pflege und Nutzeraufbereitung. Als Ergebnis folgt eine Aktualisierung der Plattform Outdooractive sowie eine Umstrukturierung in der Mandantenstruktur.



Radmittwoch

Der Radmittwoch auf Instagram und Facebook hat sich etabliert und wurde 2025 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 Radkatalogs vorgestellt und über die Social-Media-Kanäle vermarktet. Von Juli bis September wurden verschiedene Werbeanzeigen/Beiträge zu den Ostfriesland Rad-Routen über die Social-Media-Kanäle veröffentlicht, um die Interaktionen und Reichweite zu erhöhen. Die durchschnittliche Reichweite dieser Werbeanzeigen liegt bei 163.456.

Radservice Webapp

Mit der Anfang 2024 gestarteten Radservice-Webapp steht Radfahrenden ein webbasiertes Tool zur Verfügung, das alle wichtigen Informationen rund um Wetter, Navigation, Gastronomie, Ausflugsziele und Servicepunkte bündelt. Auf Basis einer erneuten Bedarfserhebung bestellten verschiedene Ferienorte und Landkreise insgesamt weitere 1.000 QR-Aufkleber nach, die an radtouristisch relevanten Standorten angebracht wurden. Die Radservice-Webapp ist inzwischen fest in die regionale Radkommunikation integriert und wird kontinuierlich gepflegt, sodass Gäste auch künftig verlässlich und zielgerichtet unterstützt werden. 2025 verzeichnete die Webapp 3.138 Nutzer*innen und 23.608 Seitenaufrufe.



Zur Radapp



WunderlineGO

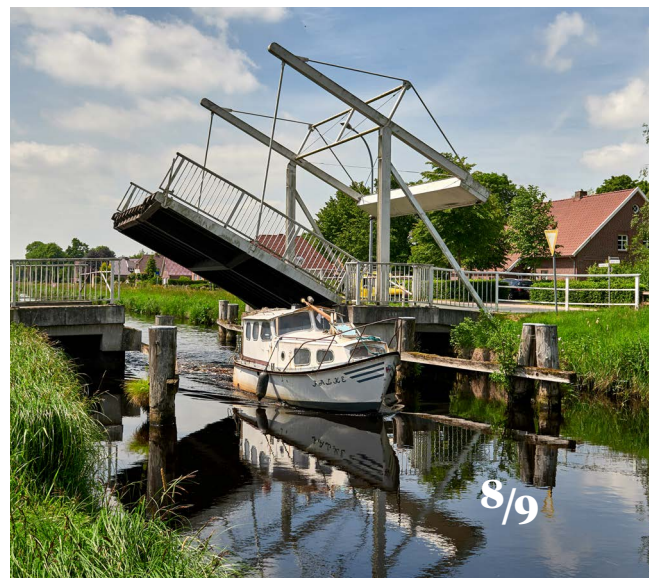
Die touristische Weiterentwicklung der grenzüberschreitenden Bahnverbindung „WunderlineGO“ wurde 2025 fortgeführt. Die bestehenden digitalen Touren wurden überarbeitet, mit Audioguides ergänzt und zur besseren Reichweite sowie Nutzerfreundlichkeit auf die Plattform Outdooractive übertragen. Zusätzlich entstand mit der neuen WunderlineGO-Radroute „Brücken, Bahnhöfe, Backstein“ ein Angebot, das die Orte rund um die wiedereröffnete Friesenbrücke verbindet. Zur Bewerbung wurden verschiedene Marketingmaterialien erstellt. Die bisherige WunderlineGO-App wird zum Jahresende abgeschaltet.

Wasser-tourismus

Boots-Pass EJK/NGFK

Der „Boots-Pass EJK/NGFK“ wurde 2022 als gemeinsam mit regionalen Akteuren und Fachverbänden entwickelt und erleichtert Wassersportlern Schleusungen und Brückenöffnungen

auf dem Ems-Jade-Kanal und dem Nordgeorgsfehnkanal. Gleichzeitig stärkt er das Netzwerk der Wassersportakteure in der Region.



Online-Marketing



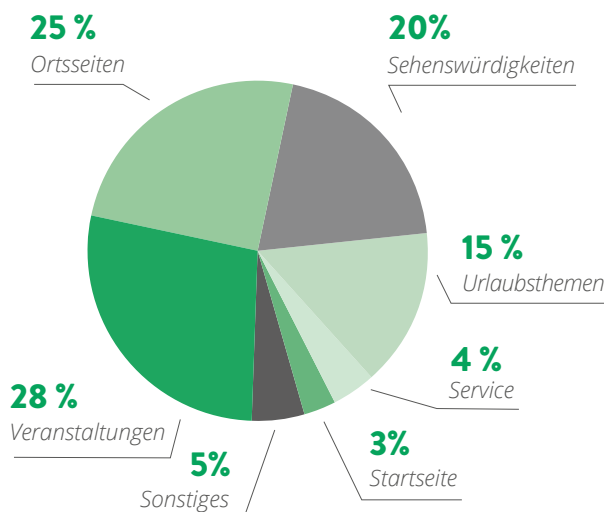
3,4 Millionen – so viele Besuche verzeichneten die Webpräsenzen der OTG im Jahr 2025.

Webseite

Jeder Ferienort im Zuständigkeitsbereich der OTG wird auf den Websites [ostfriesland.travel](https://www.ostfriesland.travel) und [ostfriesland.de](https://www.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](https://www.ostfriesland.travel) bildet das Herzstück der Online-Marketingstrategie der OTG. Im Jahr 2025 verzeichneten die Webpräsenzen der OTG insgesamt knapp 3,4 Millionen Besuche. Davon entfielen ca. 3,3 Millionen auf [ostfriesland.travel](https://www.ostfriesland.travel). Dies entspricht ca. 97 Prozent aller Zugriffe. Neue Landingpages wurden zu den Themen „Wildnis und Natur entdecken“, „Wind, Wasser und Weite“, erstellt. 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

Meistbesuchte Bereiche auf [ostfriesland.travel](https://www.ostfriesland.travel)



META-Unterkunftssuche

Die META-Suche unter [unterkunft.ostfriesland.de](https://www.unterkunft.ostfriesland.de) aggregiert alle verfügbaren online-buchbaren Unterkünfte in Ostfriesland und bietet mit über 6.000 Objekten eines der größten Unterkunftsangebote im Internet. Die neue Buchungsstrecke hat sich 2025 etabliert und die alte META-Suche vollständig abgelöst. Durch die Integration eines Buchungswidgets auf allen relevanten Themenseiten wird den Nutzerinnen und Nutzern ein komfortabler Direkt-einstieg in die Buchung ermöglicht.

KultinO

Das Kulturportal KultinO bündelt Kulturveranstaltungen aus dem „urostfriesischen“ Ostfriesland und bietet mit einem digitalen Kulturatlas zusätzliche Informationen zu kulturellen Einrichtungen. Seit dem 06. Mai 2025 verbindet eine Schnittstelle die Systeme von KultinO und Destination.data – die Datenbank zum Veranstaltungskalender der OTG – um eine Doppelpflege der Daten zu vermeiden.

Schulung „Google Analytics für Fortgeschrittene“

Am 5. Februar 2025 wurde eine rund dreistündige Online-Schulung zum Thema „Google Analytics für Fortgeschrittene“ durchgeführt. Die Veranstaltung richtete sich an Mitarbeitende mit bestehenden Grundlagenkenntnissen, die ihre Fähigkeiten in der Webanalyse gezielt erweitern wollten. Die Kosten für das Webinar wurden von der OTG übernommen.



Ostfriesland-Shop

Im Ostfriesland-Shop finden Fans eine Auswahl regional inspirierter Produkte – von Tassen und T-Shirts bis hin zu Motivreihen wie der Teerose oder den ostfriesischen Häuptlingen. Besonders im Mittelpunkt steht das Ostfriesland-Wimmelbild-puzzle. Die gemeinsam mit Ravensburger veröffentlichte 1.000-Teile-Edition war so erfolgreich, dass 2025 eine zweite Auflage erschien. Ferienorte und Leistungsträger können das Puzzle als Souvenir weiterverkaufen und auch im OTG-Onlineshop gehört es zu den beliebtesten Artikeln – ein Stück Ostfriesland für den Wohnzimmertisch.

Ostfriesland Blog: Reisemagazin Teetied

Das Online-Reisemagazin „Teetied“ bietet vielfältige Einblicke in Ostfriesland und rückt die Menschen der Region in den Mittelpunkt. Mit multimedialen Formaten, starkem Storytelling und fundierten Hintergrundberichten eröffnet es Gästen neue Perspektiven. Aktuell umfasst das Magazin 176 Artikel zu unterschiedlichsten Themen, mit einem besonderen Schwerpunkt auf den „Köpfen“ Ostfrieslands und ihren authentischen Geschichten. Die Inhalte werden regelmäßig über verschiedene Kanäle ausgespielt und dienen zunehmend auch Presse und Fernsehen als Inspiration für Reportagen und Dokumentationen. Mitte 2025 wurde damit begonnen, den Blog technisch und gestalterisch weiterzuentwickeln und vollständig in das OTG-Framework zu integrieren. Um die Beiträge künftig noch harmonischer in die Inhalte der Website einzubetten und den Besuchern ein einheitliches Nutzungserlebnis innerhalb des Frameworks zu ermöglichen, erfolgt seitdem der sukzessive Umzug aller Einträge in ein neues Blogmodul auf TYPO3.

teetied-ostfriesland.de

Was online besonders gut ankam!



Septembermaant is Plattdüütskmaant

Instagram:

Interaktionen: 1.643

Reichweite: bis zu 31.646

Facebook:

Interaktionen: 3.357

Reichweite: bis zu 222.917



Martinisingen

Instagram:

Interaktionen: 1.426

Reichweite: 116.786

Facebook:

Interaktionen: 871

Reichweite: : 81.997



Tag des Tees

Instagram:

Interaktionen: 1.952

Reichweite: 30.672

Facebook:

Interaktionen: 2.682

Reichweite: 129.241



Webseiten im Framework-Konzept

Nach dem umfangreichen TYPO3-Update Ende 2024 lag der Fokus Anfang 2025 auf der Feinjustierung und der konsequenten Optimierung des neuen Systems. Im Rahmen einer Einkaufsgemeinschaft konnte zudem das Übersetzungstool Conword zu vergünstigten Konditionen lizenziert werden. Damit lassen sich die Inhalte der Framework-Webseiten in Echtzeit ins Englische und Niederländische übersetzen. Das Tourismusnetzwerk Friesland und die Deutsche Fehnroute e. V. haben sich für eine Teilnahme am Framework entschieden. Ihre neuen Webseiten befinden sich derzeit im Aufbau. Zudem entstehen als Subseiten im Framework die überarbeiteten Auftritte des Haustierparks Werdum sowie der Onlinezeitung „Werdumer Blatt“ des Heimat- und Verkehrsvereins Werdum e. V.

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 „destination.data“ dem HUB zugewiesen. Zudem können Inhalte als Open Data veröffentlicht werden, gestützt auf Creative Commons Lizenzen. Dies eröffnet externen Institutionen und Anbietern die Möglichkeit, die Daten zu nutzen, wodurch die Reichweite regionaler Angebote wächst. Im Jahr 2026 ist innerhalb der Destination.one Datenbank die Umstellung auf den Niedersachsen Standard geplant.

Ostfriesland Newsletter

Der B2C-Newsletter richtet sich an Gäste und Interessierte, erscheint zweimal monatlich und sein Verteiler umfasst inzwischen knapp 12.000 Abonnent*innen. Mit einer durchschnittlichen Öffnungsrate von 40 % dient er als wichtiger Kanal für Inspirationen und aktuelle Reisetemen aus Ostfriesland.

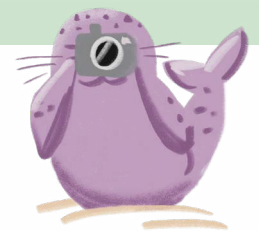
Schulung Digitale Barrierefreiheit

Um die Ferienorte bestmöglich auf die ab 2025 geltenden Vorgaben des Barrierefreiheitsstärkungsgesetzes (BFSG) vorzubereiten, bot die OTG einen praxisnahen Online-Workshop zur digitalen Barrierefreiheit an. Unter Anleitung von Expertin Claudia Wollbrück lernten die Teilnehmenden, Websites selbst auf Barrierefreiheit zu prüfen und Inhalte inklusiver zu gestalten. Dadurch wird die Qualität der regionalen Webauftritte gestärkt und digitale Teilhabe für Gäste und Einheimische gefördert. Zur konkreten Unterstützung und ergänzend zur Schulung wurde eine Checkliste bereitgestellt, die dabei hilft, die Anforderungen Schritt für Schritt anzugehen

Social Media Marketing

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.

2025 war es so weit:
Der Instagram-Account von ostfriesland.travel erreichte 40.000 Follower. Der Moment, in dem diese Marke geknackt wurde, ist noch einmal erlebbar.



Ostfriesland in Social Media 2025

Kanäle	Follower	Interaktion	Reichweite
	44.246	201.500	5,9 Mio
	66.089	150.000	7,8 Mio
	3.572	23.500	338.000
	610	9.820	181.280
	1.396	837	30.791 Videoaufrufe 480,3 Std. Wiedergabezeit

Kampagnen & Aktionen

Aprilscherz

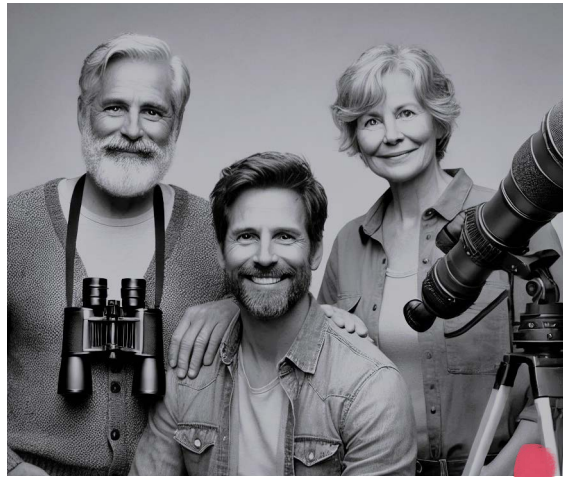
Die Platzierung eines traditionellen Aprilscherzes zählt mittlerweile zu den festen Marketingaktionen der OTG. In Anlehnung an das Titelbild des Reiseschmökers lud der diesjährige Aprilscherz Interessierte auf eine Ufo-Watching-Tour zu den besten Beobachtungspunkten in Ostfriesland ein. Geführt wurden die Touren von den erfahrenen Astro-Guides Carla Priesz, Chris Zaprel und Ralph Scierz (Anagramm: Aprilscherz). Insgesamt 246 Personen riefen die Landingpage auf.

Gewinnspiele und Adventskalender

Die OTG setzt regelmäßig aufmerksamkeitsstarke Gewinnspiele um, häufig in Kooperation mit Partnern und Ferienorten. Dazu zählt unter anderem die erfolgreiche Marketing-Aktion mit dem Ravensburger Spieleverlag, bei der individuell gestaltete Ostfriesland-Puzzles über Social Media verlost wurden und 3.700 Teilnahmen erzielten. Über das Jahr hinweg kamen weitere regionale Gewinnspiele – etwa für Eintrittskarten, Bücher oder besondere Erlebnisse – hinzu, die allesamt die Verbundenheit zur Region unterstreichen. Ein jährliches Highlight ist der digitale Adventskalender: 2025 beteiligten sich zahlreiche Orte und Partner mit attraktiven Türchenpreisen wie Sachgeschenken, Erlebnisangeboten, Gutscheinen oder Übernachtungen. Die Resonanz ist traditionell sehr hoch – 2024 wurden rund 67.000 Teilnahmen und eine Reichweite von 491.000 erzielt.

Bucket-Listen

2024 wurden erstmals zweisprachige Jahreszeiten-Bucket-Listen (Hochdeutsch und Plattdeutsch) eingeführt, die die Vielfalt Ostfrieslands visuell und inspirierend präsentieren. Nach dem erfolgreichen Start wurden 2025 alle vier Jahreszeiten komplettiert und um Sondereditionen wie etwa Ostern erweitert.



Die Reaktionen reichten von „Oh nein, ich bin drauf reingefallen“ bis hin zu „Der Link zur Anmeldung funktioniert leider nicht.“

Baumpflanz Challenge

Die Teilnahme an der Baumpflanz-Challenge 2025 war Teil der Social-Media-Aktivitäten der OTG und wurde nach einer vorausgehenden Nominierung gern umgesetzt. Ziel der Aktion ist es, das Engagement für Klima- und Artenschutz sichtbar zu machen und die Bedeutung heimischer Baumarten hervorzuheben. So wurde eine kleine „BoomSchool“ mit vier junge Eichen gepflanzt, die aufgrund ihrer robusten Eigenschaften, ihrer CO2-Speicherkapazität und ihres ökologischen Nutzens als wertvolle Klimaschützer gelten.



Presse- & Öffentlichkeitsarbeit

2025 war Ostfriesland erneut in zahlreichen regionalen und überregionalen Medien präsent. Neben allgemeinen Themen zur Reiseregion standen insbesondere Tourismusentwicklung, Auslastung sowie Wetterlagen in den Ferienzeiten im Fokus. Zur Sicherstellung einer klaren und abgestimmten Kommunikation arbeitete die OTG weiterhin eng mit der TANO zusammen und koordinierte zentrale Botschaften. Ein besonderer Schwerpunkt lag auf der Betreuung von Redakteur*innen reichweitenstarker Medien sowie der Unterstützung bei Pressereisen und Dreh-

B2B-Kommunikation

Die B2B-Kommunikation der OTG erfolgt über ostfrieslandtourismus.info, als zentrale Informationsplattform für Partner und Leistungsträger. Dort finden sich Beteiligungsmöglichkeiten, Serviceangebote, Branchennews sowie Hinweise zu Veranstaltungen für Touristiker*innen und Mitarbeiter*innen der Ferienorte. Ergänzend informiert der monatliche B2B-Newsletter „Elführtje“ rund 400 Abonnent*innen über aktuelle Termine, Studien, Projekte, Protokolle und Angebote der OTG.



Die gestützte Bekanntheit von Ostfriesland beläuft sich auf 92%.

Bilddatenbank

Über den Pressebereich stellt die OTG Bildmaterial in mehreren Kollektionen über pixx.io bereit, das von Ferienorten und Journalist*innen genutzt werden kann. Zentrale Sammlungen sind „Ostfriesland in 100 Bildern“ und „Bilder aus den Ferienorten“, die zentrale Keyvisuals sowie aktuelle Motive beinhalten. Ergänzend stehen thematische Kollektionen – etwa Weihnachten in Ostfriesland – zur Verfügung, die regelmäßig erweitert und aktualisiert werden.

arbeiten. Hervorzuheben ist die Zusammenarbeit für einen Beitrag im MARCO POLO Trendguide 2026, der touristische Angebote in der Dollart-Region beleuchtet. Zudem organisierte die OTG in Kooperation mit der TourismusMarketing Niedersachsen eine Pressereise für das Magazin „Natur“, bei der das Naturschutzgebiet Ems und seine Naturerlebnismöglichkeiten im Mittelpunkt standen. Ergänzend wurde das Format „Lecker an Bord“ intensiv bei den Vorbereitungen von Dreharbeiten in Ostfriesland unterstützt.

Marken Monitor Tourismus 2025

Die OTG hat sich am Marken-Monitor Tourismus 2025 beteiligt. Die Untersuchung basiert auf einer bundesweiten Online-Befragung mit 4.000 Teilnehmenden und zeigt, wie Ostfriesland im Wettbewerbsumfeld wahrgenommen wird. Besonders hervorzuheben ist die sehr hohe gestützte Bekanntheit von 92 %. Zudem haben 59 % der Befragten ein klares Bild von Ostfriesland vor Augen. Jede*r Zweite (54 %) zieht die Region grundsätzlich als Reiseziel in Betracht. Die Weiterempfehlungsbereitschaft ist ebenfalls stark: 47 % würden Ostfriesland empfehlen. Die häufigsten Assoziationen sind klar positiv: „erholsam“, „wohltuend“, „ruhig“ und „idyllisch“. Begriffe wie „innovativ“ oder „modern“ werden hingegen nur selten genannt, da andere Merkmale im Vergleich deutlich stärker wahrgenommen werden. Die Ergebnisse liefern Impulse für die weitere Markenarbeit, da sie Stärken und Bereiche zur künftigen Profilschärfung aufzeigen.



Wofür steht Ostfriesland?

Im Marken-Monitor Tourismus 2025 wird Ostfriesland vor allem mit seinen landschaftlichen Qualitäten verbunden. Viel Natur (74 Prozent), eine einzigartige Landschaft (59 Prozent) sowie eine hohe Eignung für Radfahren und Wandern (68 Prozent) prägen das Bild. Auch die Familienfreundlichkeit ist stark ausgeprägt (64 Prozent).





ServiceQualität Deutschland

2025 wurde die OTG für drei weitere Jahre mit dem Qualitätssiegel „ServiceQualität Deutschland“ ausgezeichnet. Seit der ersten Zertifizierung 2008 hat sich der Service kontinuierlich verbessert. Die Umsetzung erfolgte durch die Auszubildende der OTG Sarah Sühwold, die ihr frisch erworbenes Wissen als Q-Coach praxisnah einbringen konnte.



Printprodukte

Neben den jährlichen Neuauflagen des Reiseschmökers und des Radkatalogs wurde 2025 auch die Campingkarte Ostfriesland aktualisiert. Der Vertrieb aller Printprodukte erfolgte über mehrere Kanäle: direkt über das Prospektbestellcenter, durch Auslagen auf Messen, über Coupon-Anzeigen, Beilagenaktionen sowie durch die Verteilung über Partner. Auf diese Weise wurde eine breite und zielgerichtete Streuung der Materialien sichergestellt.



Reiseschmöker - Ostfriesland
(Gültigkeit 2025)
Auflage 50.000



Radurlaub - Ostfriesland
(Gültigkeit 2025)
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 Sept. 2023)
Auflage 50.000



Ostfriesland - Camping- und Reisemobilplätze
(Gültig seit Juni 2025)
Auflage 50.000



Wimmelbildkarte
(Gültig seit Mai 2024)
Auflage 70.000



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



Anzeigen

Im Jahresverlauf präsentierte die OTG die Reiseregion in einer Vielzahl reichweitenstarker Medien. Zur Unterstützung der Prospektbestellungen kamen Coupon-Anzeigen, ergänzt durch Image-Anzeigen und redaktionelle Beiträge, zum Einsatz. Der Reiseschmöcker sowie der Radkatalog wurden zu Jahresbeginn vor allem in überregionalen, themenübergreifenden Medien beworben. Dazu zählten unter anderem:

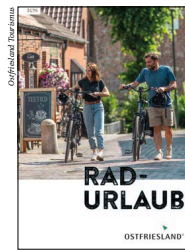
- Landlust
- ADAC Motorwelt
- Funke Mediengruppe überregional (u. a. WAZ, NRZ, WP, H.A., Berl. MoPo, BZ)
- ReiseZeit (u. a. HNA, Westfälischer Anzeiger, NOZ)
- Tageszeitungsbeilage „Deutschlands schönste Reiseziele“

Im August wurde die Camping- & Stellplatzkarte Ostfriesland im Magazin „Camping & Reise“ vorgestellt.

Die Anzeigenwerbung im radtouristischen Bereich konzentrierte sich auf den Radkatalog sowie die Radservice-Webapp. Die Bewerbung erfolgte über Advertorials und Newsmeldungen in folgenden Fahrradfachmagazinen:

- Schönste Radziele (Beilage Focus, März 2025)
- Bike & Travel (April 2025)
- Fahrradland Deutschland Magazin (Mai 2025)
- Aktiv Urlaub (Beilage im Stern, Juni 2025)
- E-Bike Touren (Ausgaben Mai und August 2025)
- Radwelt (ADFC, Dezember 2025)

Darüber hinaus wurde der Radkatalog auf „Reisetipps“ von urlaub-tipps online präsentiert. In Kooperation mit den Ostfriesland-Radrouten erfolgte außerdem eine umfassende Darstellung aller Routen sowie des Radkatalogs in „Deutschland per Rad entdecken“ 25/26 des ADFC. Eine Beilegeraktion in der „Bike & Travel“ – mit insgesamt 10.000 Radkatalogen in der Abo-Auflage sowie den Regionen Niedersachsen und NRW – komplettierte die Anzeigenmaßnahmen. Insgesamt gingen im Zeitraum Januar bis Oktober 11.731 Prospektanfragen ein.



OSTFRIESLAND – FREIHEIT AUF ZWEI RÄDERN ERLEBEN NEUER RADKATALOG MIT GEWINNSPIEL

Ostfriesland besticht mit charmanten Backsteindörfern, malerischen Sielhäfen mit traditionellen Kuttern, historischen Mühlen und Schlössern sowie blühenden Parkanlagen, idyllischen Kanälen und Flüssen. Perfekt für eine entspannte Radtour! Inspiration und alle wichtigen Informationen liefert der neue Ostfriesland-Radkatalog: Er präsentiert das über 3.500 km lange Radwegenetz, spannende Tagestouren, erlebnisreiche Wochenend-Trips und komfortable Sternfahrten. Eine Übersicht radfreundlicher Unterkünfte macht die Planung noch einfacher. Weitere Informationen bietet die Rad-Service-Webapp unter radapp.ostfriesland.travel

TIPP: Die Ostfriesland Tourismus GmbH verlost zwei Gutscheine für einen Radurlaub auf einer der Ostfriesland Rad-Routen im Wert von jeweils 500 Euro. Alle Details zum Mitmachen und den Radkatalog zum Bestellen gibt es unter: ostfriesland.travel

Messen

2025 war die Reiseregion Ostfriesland auf mehreren nationalen und regionalen Messen präsent.

Vom 5. bis 9. Februar stellte sich die OTG gemeinsam mit der Touristik GmbH „Südliches Ostfriesland“ auf der „Reisen & Caravaning“ in Hamburg vor. Mit über 800 nationalen und internationalen Ausstellern gilt diese Messe als größte Veranstaltung Norddeutschlands rund um Urlaub, Rad, Outdoor, Caravaning und Kulinarik. Eine weitere wichtige Präsenz bot der Messeauftritt auf der „Reise & Camping“ in Essen vom 19. bis 23. Februar.

Die OTG trat hier erneut in der bewährten Kooperation mit den Campingplätzen Bensenziel, Bingum, Dangast, Carolinensiel, Westoverledingen und Wiesmoor auf. Neben den eigenen Campingplatzbroschüren stand insbesondere die Camping- und Reisemobilkarte der OTG im Mittelpunkt des Interesses. Zusätzlich wurden die OTG-Kataloge auf acht Rad- und Aktivmessen sowie fünf Städtetouren durch VIA verteilt. Über die RTM fand der Radkatalog zudem seinen Weg auf vier weitere Reisebörsen. Dadurch war eine flächendeckende, deutschlandweite Verteilung gewährleistet.



Netzwerke & Kooperationen

Die OTG arbeitet naturgemäß mit einer Vielzahl an Partnern zusammen – darunter viele regionale Institutionen wie die Industrie- und Handelskammern oder die Nationalparkverwaltung Niedersächsisches Wattenmeer. Die Aufzählung ist nicht abschließend, doch für diesen Bericht richten wir den Blick auf jene Kooperationen, die die Arbeit der OTG im Jahr 2025 besonders intensiv geprägt haben.



Tourismus-Agentur Nordsee GmbH (TANO)

2025 haben wir gemeinsam mit der TANO intensiv an der Aufgabenabgrenzung gearbeitet. Mit den definierten, zu übertragenden Aufgaben und Maßnahmen, der Einordnung der verbleibenden Aufgaben zur Markenpflege sowie einem prozessorientierten Ansatz – insbesondere bei technischen Anwendungen – haben wir wichtige Meilensteine erreicht. Der eingeschlagene Weg der strategischen Abgrenzung von TANO und OTG soll in den kommenden Jahren konsequent fortgeführt werden.



Ostfriesische Landschaft

Zu den Kooperationspartnern der OTG zählt seit vielen Jahren die Ostfriesische Landschaft – insbesondere die Kulturagentur. 2025 rückten OTG und Ostfriesische Landschaft durch KIO noch stärker zusammen und intensivierten ihre Zusammenarbeit.



TourismusMarketing Niedersachsen GmbH (TMN)

Als Mitglied der Geschäftsführerkonferenz und verschiedener Facharbeitskreise ist die OTG eng in die Arbeit der TMN eingebunden. Vor allem innerhalb der Themen „Niedersachsen HUB“, „Aktivtourismus“ und „Reisen für Alle“ sowie in der Pressearbeit bietet die Landesorganisation eine wichtige Plattform für Austausch, Kooperation und Marketing.



AG „Leichter Reisen“

Seit 2012 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)



Arbeitskreise

Die Arbeitskreise der OTG bringen Touristiker aus ganz Ostfriesland an einen Tisch – für Austausch auf Augenhöhe und frische Impulse aus der Praxis. 2025 standen Barrierefreiheit, Camping, Nachhaltigkeit und Radtourismus im Fokus. Im Park der Gärten erlebte der AK Barrierefreies Ostfriesland die barrierefreundliche Führung „So schmeckt Bad Zwischenahn“. Der AK Nachhaltigkeit tagte an der Hochschule Emden/Leer und besuchte das Ökowerk – ein Blick hinter die Kulissen gelebter Umweltbildung. Beim AK Camping drehte sich nach der Besichtigung des Strandcampingplatzes Dangast alles um digitale Chancen: Oliver Behrends (BVCD) gab einen Impuls zu Onlinevertrieb, Preisstrategien und Buchungsplattformen – ein Austausch, der direkt in die Praxis wirkt. Im Radtourismus standen digitale Navigation, Nutzerinteraktion, Echtzeitdaten und die Planung der Marketingaktivitäten im Fokus.



Zur Erinnerung an Kurt Radtke

2025 haben wir schweren Herzens Abschied genommen von unserem langjährigen Wegbegleiter Kurt Radtke. Er hat die Ostfriesland Tourismus GmbH von Beginn an begleitet und sie von 2005 bis 2013 als Geschäftsführer mit Sachverstand und Herz geführt. Mit seiner Fachlichkeit, seinem Engagement und seiner Liebe zu Ostfriesland hat er viel für den Tourismus in unserer Region bewegt.

Vieles, was er angestoßen hat, wirkt bis heute weiter. Kurt Radtke war ein Ostfrieser durch und durch – immer ein humorvoller Spruch auf den Lippen, oft ein verschmitztes Augenzwinkern, offen, herzlich und zugewandt. Für viele war er Chef, Kollege und Freund. Mit seiner Bodenständigkeit und Menschlichkeit hat er die Zusammenarbeit geprägt und uns über viele Jahre begleitet. Er hat für die Region viel bewirkt und für uns sehr viel bedeutet. Kurt hat Spuren hinterlassen und eine Lücke, die bleibt.



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

Digitalisierungsmanagerin

KIO Projekt

Projektmanagerin

Interreg VI A-Projekt WattenVision

Tel. 04 91 | 91 96 96 58
a.reinhardt@ostfriesland.travel



Alina Tammäus

Transformationsmanagerin

KIO Projekt

Tel. 04 91 | 91 96 96 61
a.tammaeus@ostfriesland.travel



Impressum

Herausgeber:

Ostfriesland Tourismus GmbH
Ledastr. 10
26789 Leer

Tel. 04 91 | 91 96 96 60
urlaub@ostfriesland.travel

[ostfriesland.travel](https://www.ostfriesland.travel)

Redaktion:

Ostfriesland Tourismus GmbH

Gestaltung:

m01n digitalagentur

Druck:

printoo GmbH, Drucklegung: Dezember 2025

Fotos:

m01n digitalagentur (Titelbild, S. 5), Bettina Fabich (S. 9), FeuerQuell Fotografie (S. 2, 18), Anna Meurer (S. 3, 9, 20), Maren Otto (S. 7), Sebastian Schatz/Ostfriesische Landschaft (S. 4), Touristik GmbH Südliches Ostfriesland (S. 18)


OSTFRIESLAND®

Mit dem
„Kuh-R Code“
zur Webseite

