

**Vorabinformationsveranstaltung
Dorfentwicklungsplanung
Dorfregion Sielhafenorte im Landkreis Wittmund**

Tourismusmarketing Ostfriesland

Imke Wemken
Ostfriesland Tourismus GmbH



Ostfriesland Tourismus GmbH (OTG)

**Gesellschafts-
gebiet**

Gesamte Ostfriesische Halbinsel

**Zentrale
Aufgabe**

Ostfriesland als Reiseziel bekannt zu machen

**Marketing-
strategie**

Neukundenakquise durch Themenmarketing

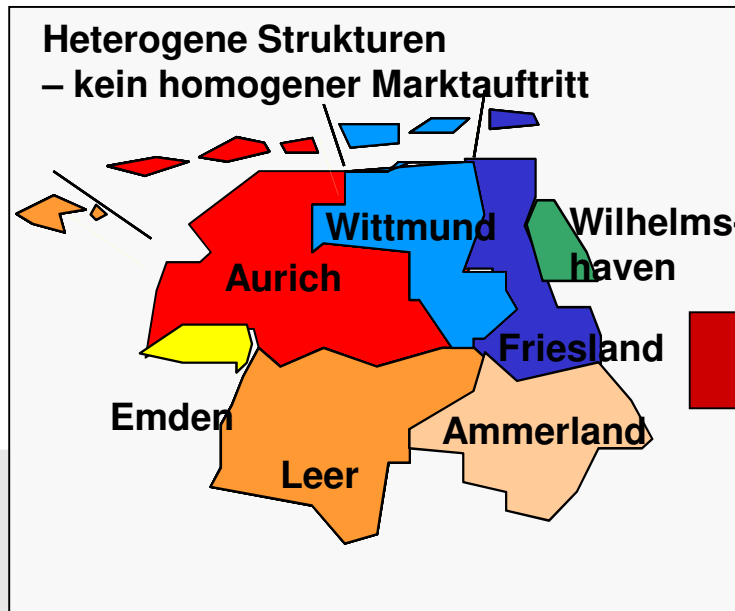
Kernthemen

Rad / Kultur / Naturtourismus / Barrierefreiheit

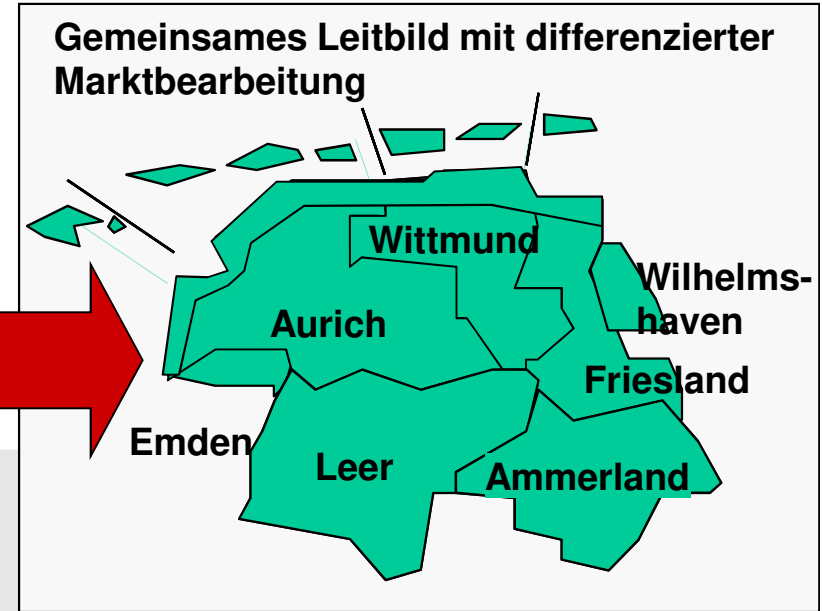


Ausgangslage Ostfriesische Halbinsel 2004

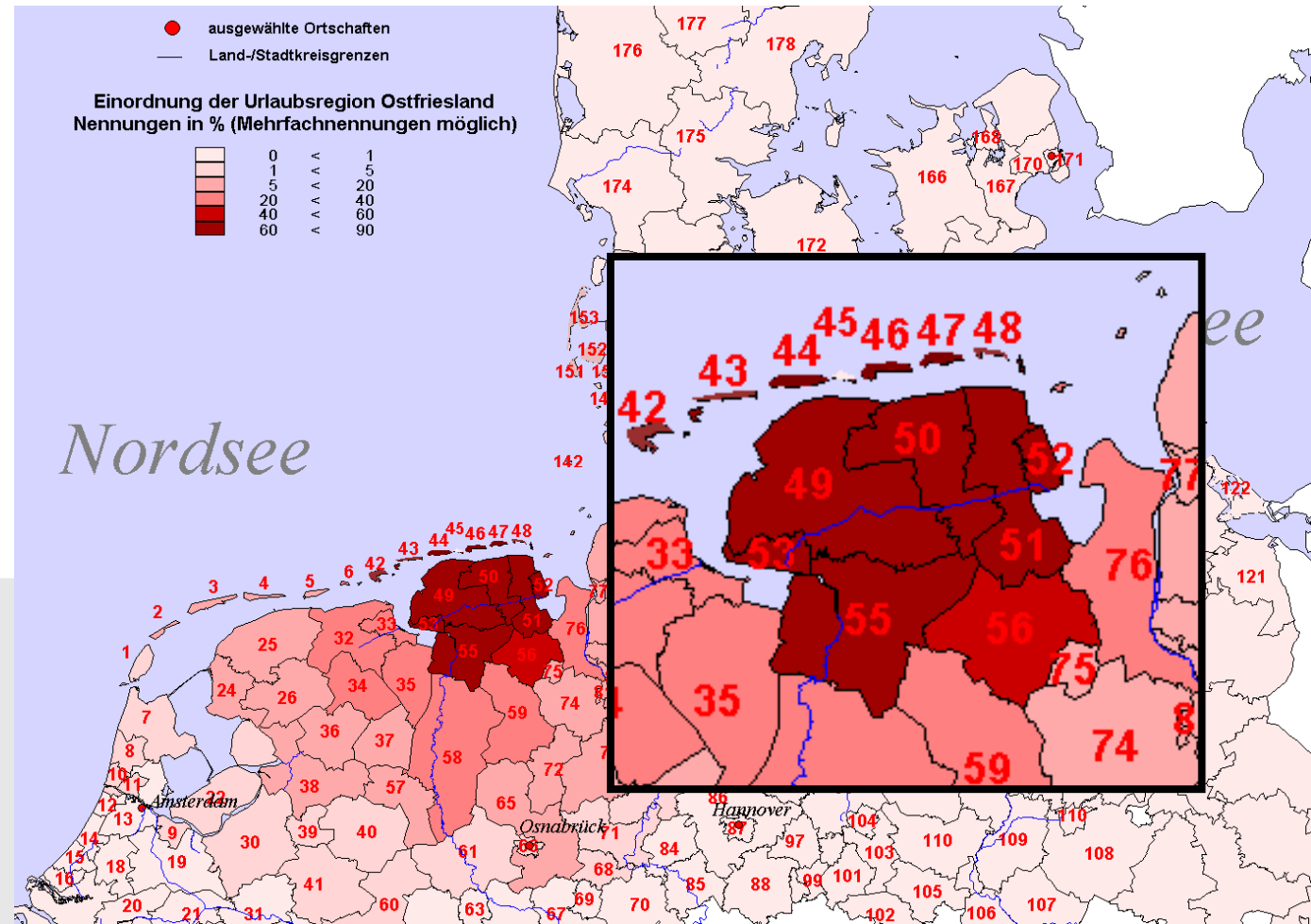
**Ausgangssituation:
Heterogene
Angebotsstruktur**



**Seit Gründung der OTG:
einheitlicher und
abgestimmter Marktauftritt**



Abgrenzung Ostfrieslands aus Gästesicht



Quelle: ETI 2003

OSTFRIESLAND®

Organisationsstrukturen

Dachmarke

OSTFRIESLAND®

Teilregionen



Ferienorte

Ferienort 1

Ferienort 2

Ferienort 3

.....

Ferienort 50

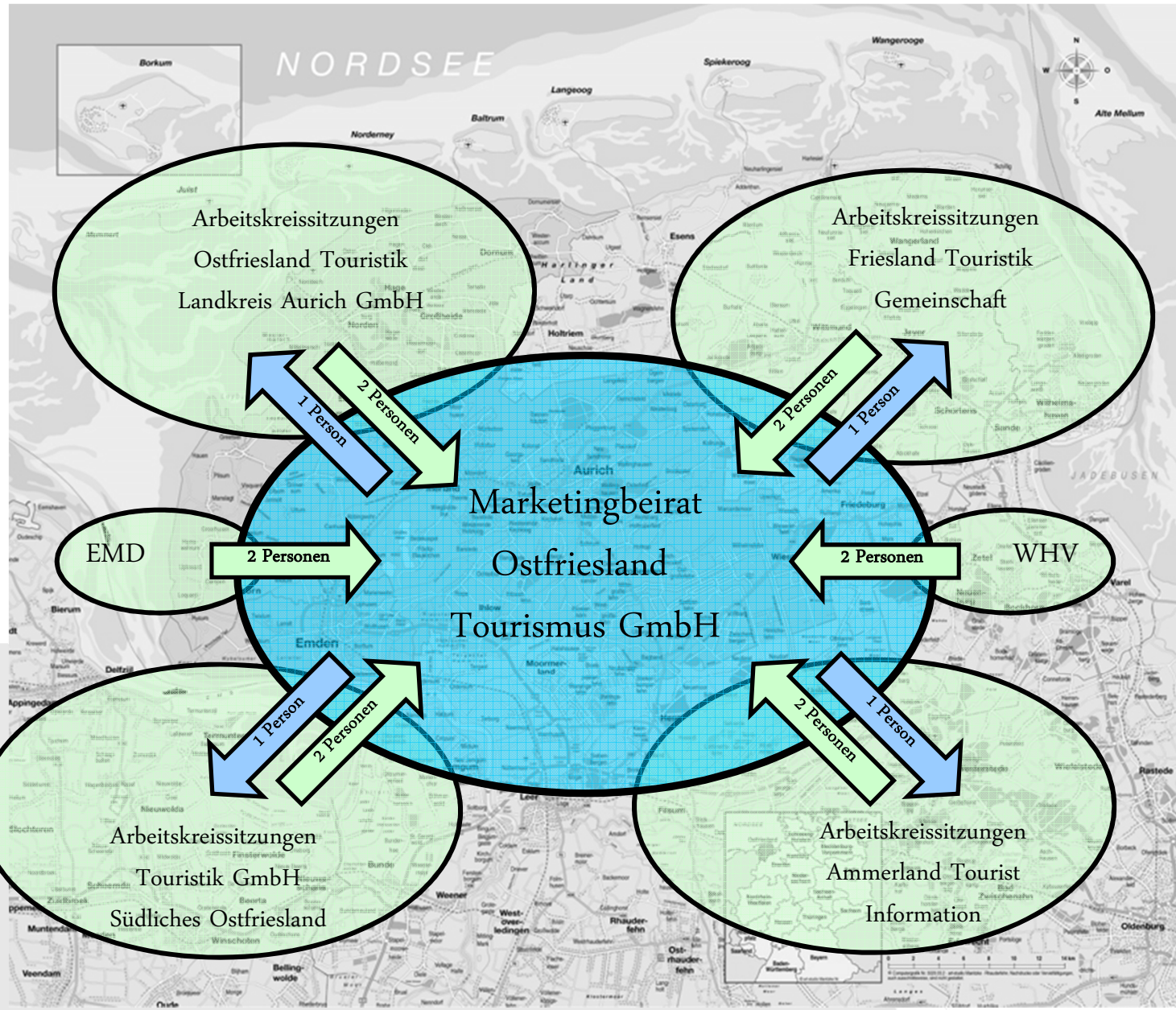
... und
zusätzlich:

Lobbyverband
TVN

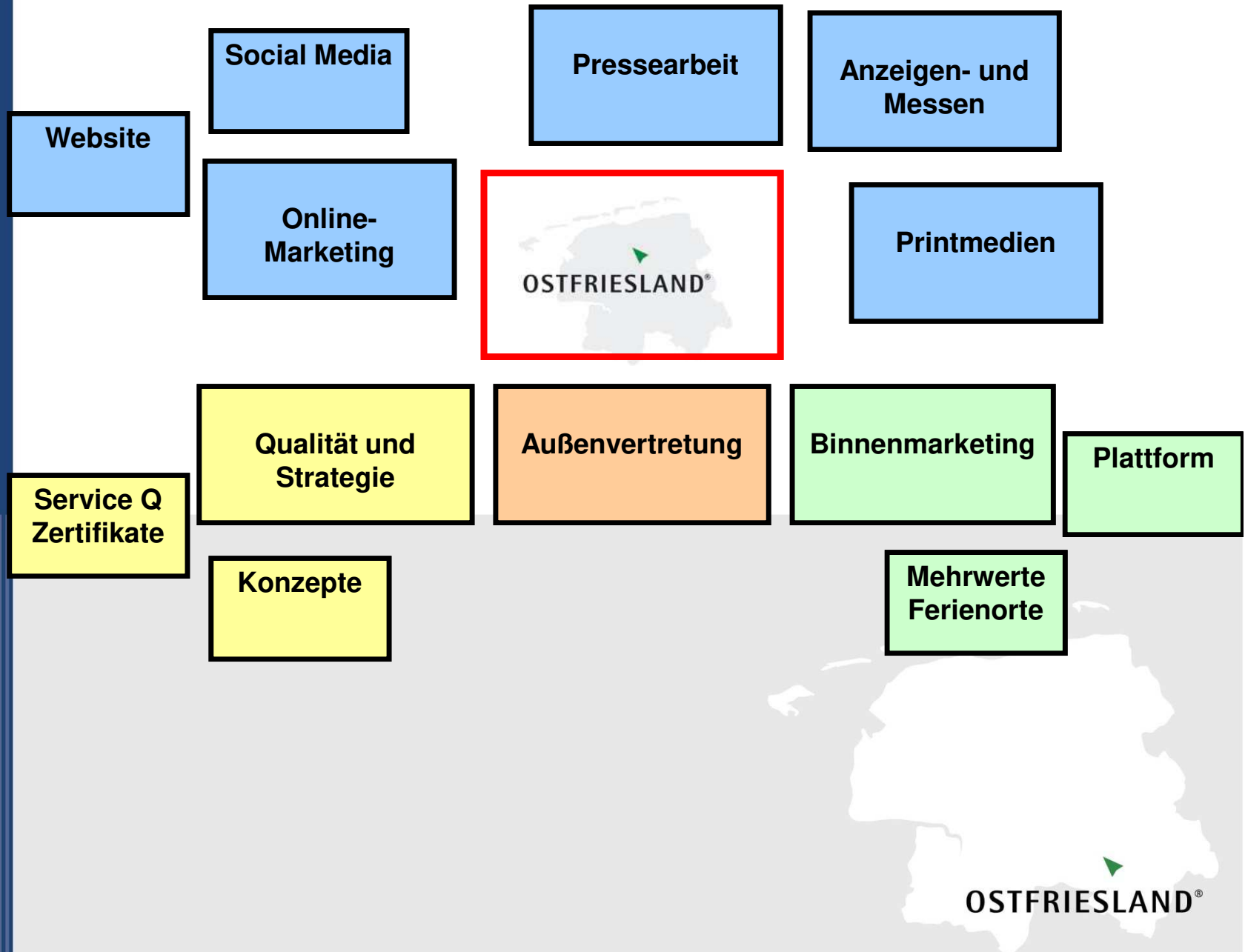
Nordsee
GmbH

Werbegemein-
schaften

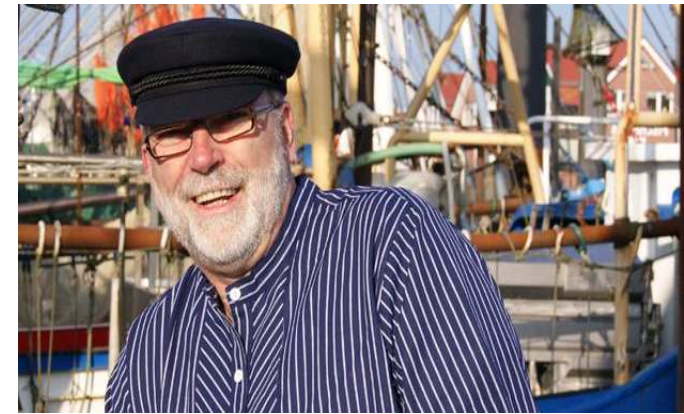
OSTFRIESLAND®



Was macht die OTG?

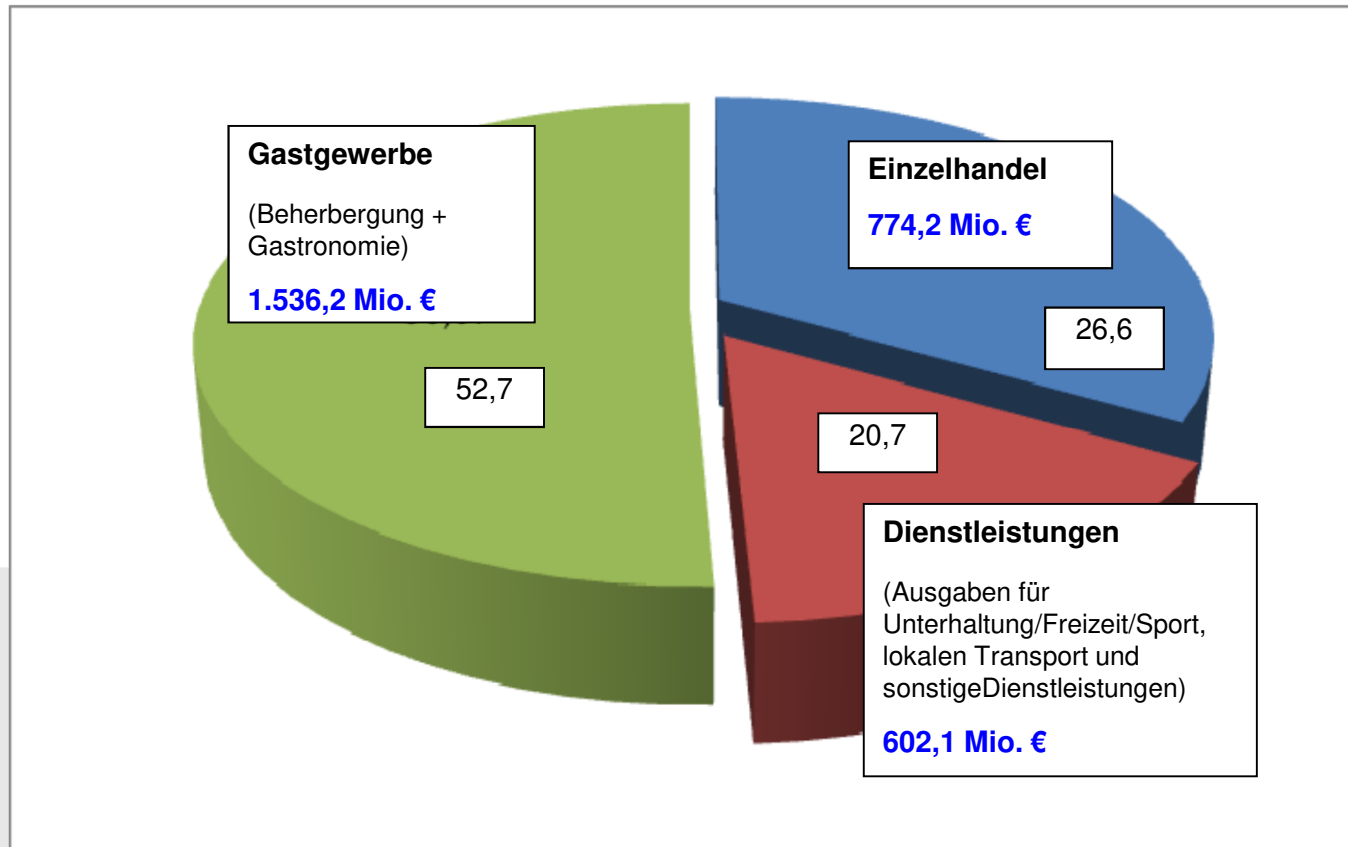






Wer verdient am Tourismus?

Σ 2.912,5 Mio. €



Wirtschaftsfaktor Tourismus



2.912,5 Mio. EUR

Bruttoumsatz/Gesamtwertschöpfung



68.160 Personen

Beschäftigungsäquivalent

(Bezieher eines Ø Primäreinkommens)



Herausforderungen – Trends - Entwicklungsbedarfe

Qualität

Identitätsstiftende Marke

Nachhaltigkeit

Mobilität
(auch Elektro....)

Digitalisierung

Demografischer Wandel

Breitbandausbau



Reichweite





Sichtbarkeit



Struktur



Fokussierung



Fragen?

