

# Geschäftsbericht 2018

Oldenburg Tourismus und Marketing GmbH





# Inhaltsangabe

- 03 Mitglieder der Gesellschafterversammlung | Beirat
- 04 Silke Fennemann: Leidenschaft und Begeisterung
- 04 Die Oldenburg Tourismus und Marketing GmbH (OTM)
- 08 Meilensteine 2018
- 10 Tourismus in Oldenburg
- 12 Zahlen
- 18 Marketingmaßnahmen 2018
- 22 Veranstaltungen 2018
- 28 Kooperationen: Gemeinsam gestalten
- 32 Das sind wir: Das Team
- 36 Betriebswirtschaftliche Betrachtung
- 39 Ausblick

## Mitglieder der Gesellschafterversammlung

Jürgen Krogmann  
Oberbürgermeister Stadt Oldenburg | Vorsitzender der Gesellschafterversammlung

Christine Wolff  
Ratsfraktion Bündnis 90/Die Grünen | stellvertr. Vorsitzende der Gesellschafterversammlung

Stefan Menke  
CDU Ratsfraktion Oldenburg

Sarah Rihl  
SPD-Ratsfraktion Oldenburg

Ralph Wilken  
Leiter Wirtschaftsförderung Stadt Oldenburg | Beratendes Mitglied

---

## Beirat





# Leidenschaft & Begeisterung



Silke Fennemann  
Geschäftsführerin der OTM

„ In den zurückliegenden Jahren ist uns viel gelungen. Von der Themensetzung über die Professionalisierung von Angeboten in der Touristinfo bis hin zur Durchführung und Etablierung von Veranstaltungen. Wir widmen uns seit jeher mit Leidenschaft neuen Ideen und Projekten. So wird Oldenburg mittlerweile verstärkt deutschlandweit wahrgenommen. Ein hoch motiviertes und engagiertes Team ist die Basis für die gesamte Tätigkeit der GmbH. Der Erfolg hängt in einem hohen Maß von jedem einzelnen Teammitglied ab. Es geht uns allerdings nicht nur um Ankunfts- und Übernachtungsrekorde. Unser Hauptanliegen konzentriert sich auf die Vermittlung der Attraktivität unserer Stadt. Außerdem investieren wir viel Zeit in Kooperationen und in die Bildung von Partnerschaften. Es war und ist uns immer wichtig gewesen, eine verlässliche und professionelle Partnerin zu sein.“

## Die Oldenburg Tourismus und Marketing GmbH (OTM)

Im Dezember 2000 gegründet, ist die OTM heute eine 100%ige Tochtergesellschaft der Stadt Oldenburg. Die Gesellschafter geben die Leitlinien des Handelns vor. Das oberste Organ der GmbH ist die Gesellschafterversammlung. Die Stadt Oldenburg entsendet aus ihren Reihen drei Vertreter des Rates der Stadt Oldenburg und den Oberbürgermeister. Weiterhin nehmen der Wirtschaftsförderer der Stadt als beratendes Mitglied und eine Vertreterin des städtischen Beteiligungsmanagements an den Sitzungen der Gesellschafterversammlung teil. Als allein vertretungsberechtigte Geschäftsführerin fungiert Silke Fennemann.

Seit Januar 2005 ist das StadtMarketing Oldenburg bei der OTM angesiedelt. Damit hat die GmbH neben dem Tourismusmarketing ein weiteres zentrales Aufgabenfeld übernommen. Seit 2017 sind die Mitglieder des StadtMarketings im Beirat der OTM. Der Beirat steht der GmbH bei der Ausrichtung und Umsetzung des Marketings beratend und steuernd zur Seite. Als zentrale Marketingorganisation für den Tourismus in Oldenburg übernimmt die OTM darüber hinaus die Interessenvertretung der Stadt in touristischen Belangen.

### Unser Leitbild

**Wir engagieren uns gemeinsam mit Leidenschaft und Begeisterung dafür, ...**

... Oldenburgern und Touristen interessante und vielseitige Möglichkeiten der Freizeitgestaltung in Oldenburg zu bieten und aufzuzeigen.  
... die Attraktivität von Oldenburg noch bewusster zu machen und die Bedeutung der Stadt zu steigern.

**Wir arbeiten nachhaltig, indem wir, ...**

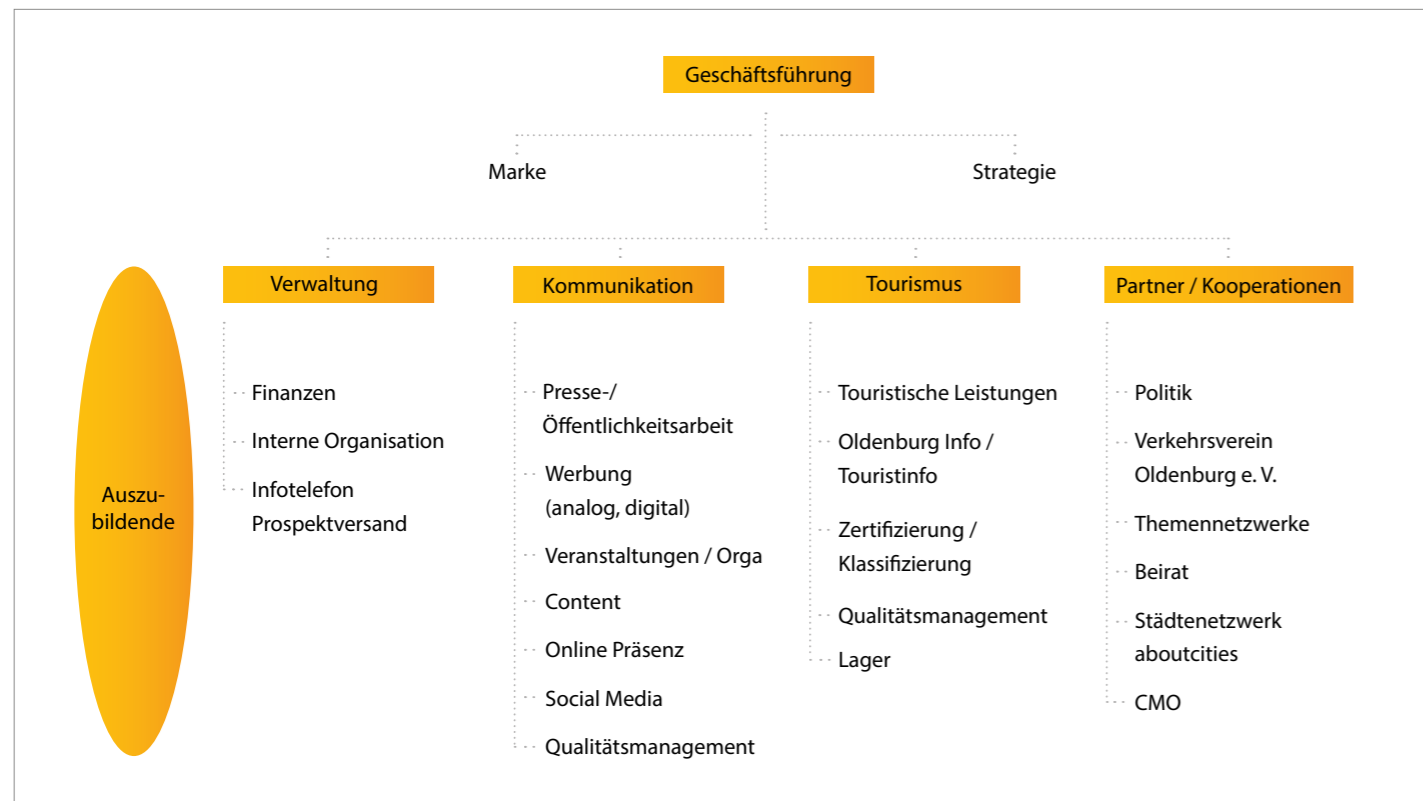
... bewusst mit Ressourcen umgehen.  
... bei der Auswahl unserer Souvenirs Wert darauf legen, dass diese unter fairen Bedingungen hergestellt werden.  
... bevorzugt mit Partnern aus der Region zusammenwirken.

**Wir agieren stets aufmerksam dadurch, dass wir ...**

... respektvoll mit unseren Gästen und den Oldenburgern umgehen und ihre Wünsche und Bedürfnisse wahr und ernst nehmen.  
... uns aktiv für mehr Barrierefreiheit und für „Reisen für Alle“ einsetzen.







## Die Aufgaben

### Auszug aus dem Gesellschaftervertrag §2: Gegenstand und Zweck des Unternehmens

Gegenstand und Zweck des Unternehmens ist die Förderung von Tourismus- und Stadtmarketing für Oldenburg. Damit einher geht die Sicherung und Ausweitung von Image, Attraktivität und Bekanntheit des Wirtschaftsstandortes im Gesellschaftsgebiet mit oberzentralem Einzugsgebiet. Die übertragenden Aufgaben stellen Dienstleistungen von allgemeinem wirtschaftlichem Interesse dar, die mit besonderen Gemeinwohlverpflichtungen verbunden sind und die

im Interesse der Allgemeinheit erbracht werden. Zu den gemeinwirtschaftlichen Aufgaben zählen:

- Tourismus- und Stadtmarketing.
- Konzeption, Realisierung und Führung der Markenphilosophie.
- Maßnahmen zur Förderung des Tourismus.
- Die Vertretung der Stadt Oldenburg in Interessenverbänden und Institutionen im Rahmen des Gesellschaftszweckes.
- Das Einwerben von Sponsorengeldern für das Marketing Oldenburg.
- Die Konzeption, Koordinierung und Durchführung von Marketingprojekten.

## Das Tourismusmarketing

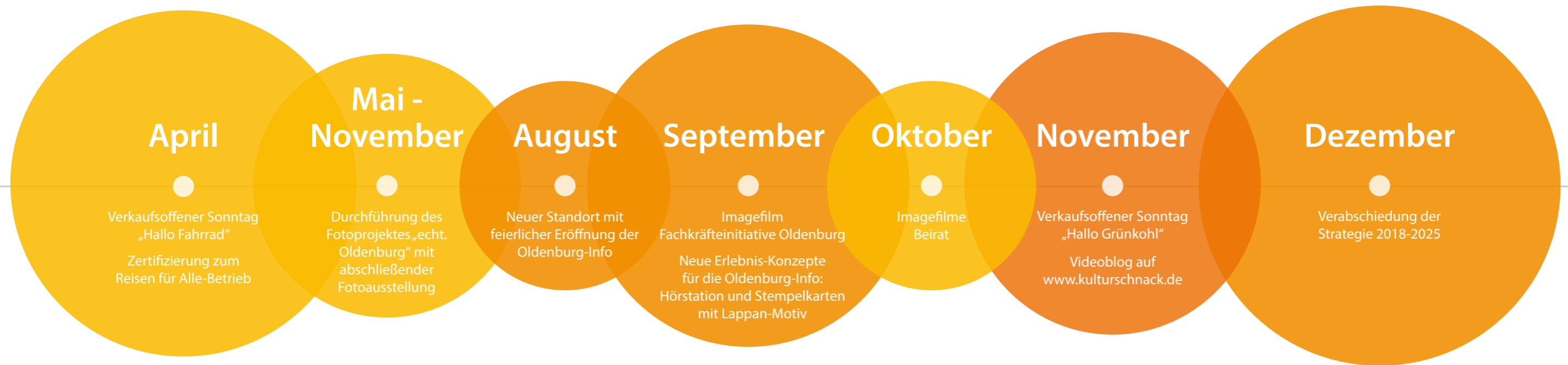
Städtetrips liegen nach wie vor im Trend. Davon hat auch Oldenburg in den letzten Jahren profitiert. Mit der Gründung der Oldenburg Tourismus und Marketing GmbH (OTM) hat die Gesellschaft den Auftrag erhalten, den Tourismus und das Marketing für Oldenburg zu fördern. Damit einher ging die Professionalisierung aller Aktivitäten.

Die persönliche und fachliche Anlaufstelle ist die Touristinfo, die mit der i-Marke des Deutschen Tourismusverbandes e.V. (DTV) ausgezeichnet ist. Das rote Zeichen mit dem charakteristischen „i“ dient nicht nur als Wegweiser für das schnelle Auffinden der örtlichen Information, sondern ist in

erster Linie ein Qualitätshinweis für einen professionellen Service nach deutschlandweit vom DTV festgelegten Beratungsstandards.

Pro Jahr werden einige tausend Postsendungen verschickt, Telefonate und Beratungsgespräche durchgeführt, E-Mails bearbeitet und dutzende Einzelprojekte konzipiert und durchgeführt. Das Arbeitsaufkommen der Geschäftsstelle ist beachtlich. Auf den folgenden Seiten werden exemplarisch die wesentlichen Bereiche des Tourismusmarketing 2018 vorgestellt.

# Meilensteine 2018





# Tourismus in Oldenburg

Der Tourismus hat sich zu einem wichtigen Wirtschaftsfaktor entwickelt, von dem nicht nur das Hotel- und Gaststättengewerbe, die Verkehrsunternehmen oder touristische Einrichtungen profitieren, sondern fast alle anderen Wirtschaftsbereiche auch. Als wirtschaftliches und kulturelles Zentrum hat Oldenburg heute eine wichtige Funktion im Nordwesten. Mit der Kombination aus Großstadt, naturnahem Leben, attraktiven Shopping- und Kulturangeboten und architektonischen Highlights ist Oldenburg mittlerweile ein beliebtes Ausflugs- und Reiseziel für Tagesgäste, Kurzurlauber und Geschäftsreisende.





# Zahlen

## Ankünfte und Übernachtungen

In den letzten zehn Jahren ist ein stetiger Anstieg der Gästeankünfte und Übernachtungen (inklusive Jugendherberge, ab 2009 inklusive Rehakliniken, ab 2010 inklusive Campingplätze) zu verzeichnen gewesen. Die Ankünfte, Übernachtungen, durchschnittliche Aufenthaltsdauer und

die Herkunft beruhen auf den Angaben des Landesamt für Statistik Niedersachsen. Privatquartiere und Ferienwohnungen in Oldenburg sind in der amtlichen Statistik nicht berücksichtigt, da für sie keine Meldepflicht besteht.



### Ankünfte und Übernachtungen im Vergleich 2008 mit 2018

| Aktivitäten               | 2008     | 2018     |
|---------------------------|----------|----------|
| Ankünfte                  | 110.741  | 168.768  |
| Übernachtungen            | 190.162  | 377.348  |
| Ø Aufenthaltsdauer        | 1,7 Tage | 2,2 Tage |
| Anzahl Hotelbetriebe      | 21       | 21       |
| Anzahl Hotelbetten        | 1.528    | 1.661    |
| Anzahl ausländische Gäste | 17.821   | 26.888   |

**377.348**  
Übernachtungen im Jahr 2018  
(Landesamt für Statistik Niedersachsen)

### Top 3 Gästeherkunft

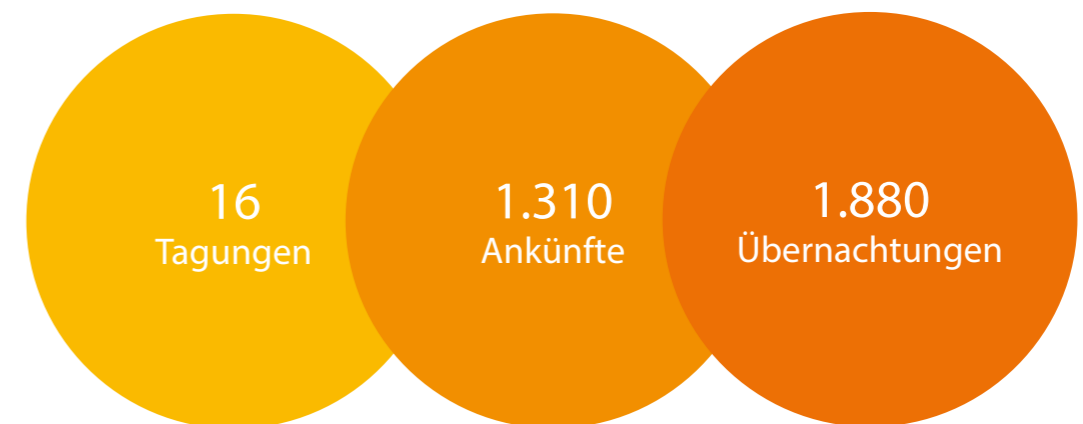
| 2008        | 2018        |
|-------------|-------------|
| Deutschland | Deutschland |
| Niederlande | Niederlande |
| Dänemark    | Dänemark    |



### Zimmervermittlung der OTM im Segment Tagungen 2018

Eine wichtige Rolle spielt der geschäftlich und dienstlich motivierte Tourismus – hier besitzt Oldenburg als starker Wirtschafts- und Wissenschaftsstandort eine Magnetwirkung. Der Tagungsservice der OTM bündelt für die Veranstalter organisatorische Dienstleistungen.

Die OTM übernimmt das Anfrage-, Angebots- und Buchungsprozedere für Hotelzimmer, Rahmenprogramme und steht als Ansprechpartnerin jederzeit mit Rat und Tat zur Seite. Im Vergleich zum Jahr 2017 konnte die Anzahl der vermittelten Ankünfte um 65 % gesteigert werden.



# Zahlen

## Merchandising

Die Oldenburg-Info bietet eine große Auswahl an Souvenirs. Etwa 130 Artikel sind im Angebot. Hier sind auch kreative Mitbringsel fernab der Massenware erhältlich. Dabei wird versucht besondere Anforderungen zu berücksichtigen:

Die Souvenirs sollen Qualität und Regionalität vereinen, möglichst umweltfreundlich hergestellt sein und in der Produktion ökologische und soziale Bedürfnisse berücksichtigen.



Frühstücksbrettchen und Becher



Schlüsselanhänger



Oldenburger Grünkohl Tee



Pudelmütze



Tasche aus alten Werbebannern



T-Shirt

## Stadtführungen 2018

Fast 20.000 Menschen haben 2018 an den von der OTM angebotenen Stadtführungen teilgenommen. Am beliebtesten waren der klassische Stadtspaziergang, die Stadt- und Schlossführung sowie die Stadtrundfahrt.

| 2018                           | Führungen | Teilnehmer |
|--------------------------------|-----------|------------|
| Insgesamt                      | 1.112     | 19.232     |
| Öffentliche Stadtführungen     | 255       | 3.818      |
| Privat gebuchte Stadtführungen | 857       | 15.414     |

## Besucher Touristinfo Oldenburg

Oldenburg hat schon seit vielen Jahren eine Anlaufstelle für Touristen. Die Standorte haben im Laufe der Jahre gewechselt. Im Lappan, dem Wahrzeichen der Stadt, ist die Oldenburg-Info seit September 2018 zu Hause. Noch befindet sich viel in der Erprobungsphase, aber soviel ist für Silke Fennemann schon jetzt klar: „Hier sind wir am richtigen Ort und der Umzug hat sich gelohnt.“



2017  
Standort  
Schlaues Haus



2018  
ab September  
Standort Lappan

83.000  
Besucher  
Ø 300 pro Tag

89.000  
Besucher  
Ø 350 pro Tag



# Zahlen

## Reisen für Alle

Seit 2015 beteiligt sich die TourismusMarketing Niedersachsen GmbH (TMN) am bundesweit einheitlichen Kennzeichnungs- und Zertifizierungssystem Reisen für Alle. Das Reisen für Alle-Logo schafft Transparenz für Reisende und

signalisiert, dass ein Betrieb Barrierefreiheit bieten kann. Die OTM hat eine Mitarbeiterin zur Erheberin ausbilden lassen und ist 2018 als Reisen für Alle-Betrieb zertifiziert worden.

### Erhebungen 2018

|                               |               |
|-------------------------------|---------------|
| Weser Ems Hallen              | Februar 2018  |
| Kulturretage                  | März 2018     |
| Hotel Bavaria                 | März 2018     |
| Hotel Villa Stern             | Oktober 2018  |
| Oldenburgisches Staatstheater | November 2018 |
| Oldenburg-Info im Lappan      | Dezember 2018 |

## Internetseite

Rund 65 % Prozent der ca. 1 Mio. Seitenaufrufe im Internetauftritt der OTM erfolgen inzwischen über mobile Endgeräte (Smartphones und Tablets). Um hier insbesondere im touristischen Städtewettbewerb konkurrenzfähig zu bleiben, wird ein ganzheitlicher Ansatz in der Aktualisierung der Webpräsenz mit dem Fokus auf mobile Endgeräte verfolgt. 2015 wurde in einem ersten Schritt eine App herausgebracht. Ablösend erfolgte im zweiten Schritt die Überarbeitung der Internetseite [www.oldenburg-tourismus.de](http://www.oldenburg-tourismus.de).

## Top 3 Seiten

| Seiten                                                                                                                         | Seitenaufrufe |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------|
| <a href="http://www.oldenburg-tourismus.de/weihnachtsmarkt-oldenburg">www.oldenburg-tourismus.de/weihnachtsmarkt-oldenburg</a> | 108.250       |
| <a href="http://www.oldenburg-tourismus.de/shopping">www.oldenburg-tourismus.de/shopping</a>                                   | 39.000        |
| <a href="http://www.oldenburg-tourismus.de/event-tipps">www.oldenburg-tourismus.de/event-tipps</a>                             | 34.000        |



447.113

Besucher



1.015.164

Seitenaufrufe

## Social Media

Aktivitäten über Facebook und Instagram sowie über Portale und Online-Auftritte von Zielgruppenmedien sind inzwischen unerlässlicher Bestandteil im Kommunikationsportfolio. Die OTM ist in mehreren Netzwerken aktiv. Die zentralen Auftritte bei Twitter, Facebook, Instagram und Youtube werden vom Team Kommunikation bespielt – teil-

weise unterstützt von Auszubildenden. Das trägt dazu bei, Oldenburg auch in der digitalen Welt erlebbar zu machen. Der reichweitenstärkste Post 2018 auf Facebook erreichte 39.630 Menschen und 5.429 Mal wurde ein Tweet zum Weihnachtsmarkt angezeigt.

### Social Media

|                    |                                                                                                                                                                                           |            |
|--------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| Follower Twitter   | <a href="https://twitter.com/Oldenburg_DE">twitter.com/Oldenburg_DE</a>   <a href="https://twitter.com/Gruenkohl_DE">twitter.com/Gruenkohl_DE</a>                                         | ca. 5.000  |
| Fans Facebook      | <a href="https://www.facebook.com/oldenburg.DE">www.facebook.com/oldenburg.DE</a>   <a href="https://www.facebook.com/Gruenkohl">www.facebook.com/Gruenkohl</a>                           |            |
|                    | <a href="https://www.facebook.com/kulturschnack">www.facebook.com/kulturschnack</a>   <a href="https://www.facebook.com/touristinfo.oldenburg">www.facebook.com/touristinfo.oldenburg</a> | ca. 15.600 |
| Abonnten Instagram | <a href="https://www.instagram.com/kulturschnack">www.instagram.com/kulturschnack</a>   <a href="https://www.instagram.com/echt.oldenburg">www.instagram.com/echt.oldenburg</a>           | ca. 2.000  |
| Aufrufe YouTube    | Oldenburg   Kohltourhauptstadt Oldenburg                                                                                                                                                  | ca. 56.800 |

## Die Social-Media-Kanäle der OTM



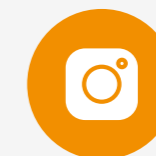
Twitter

@Oldenburg\_DE  
@Gruenkohl\_DE



Facebook

@touristinfo.oldenburg  
@Oldenburg.Tourismus.Marketing  
@Oldenburg.de  
@Grünkohl  
@kulturschnack



Instagram

@echt.oldenburg  
@kulturschnack



Youtube

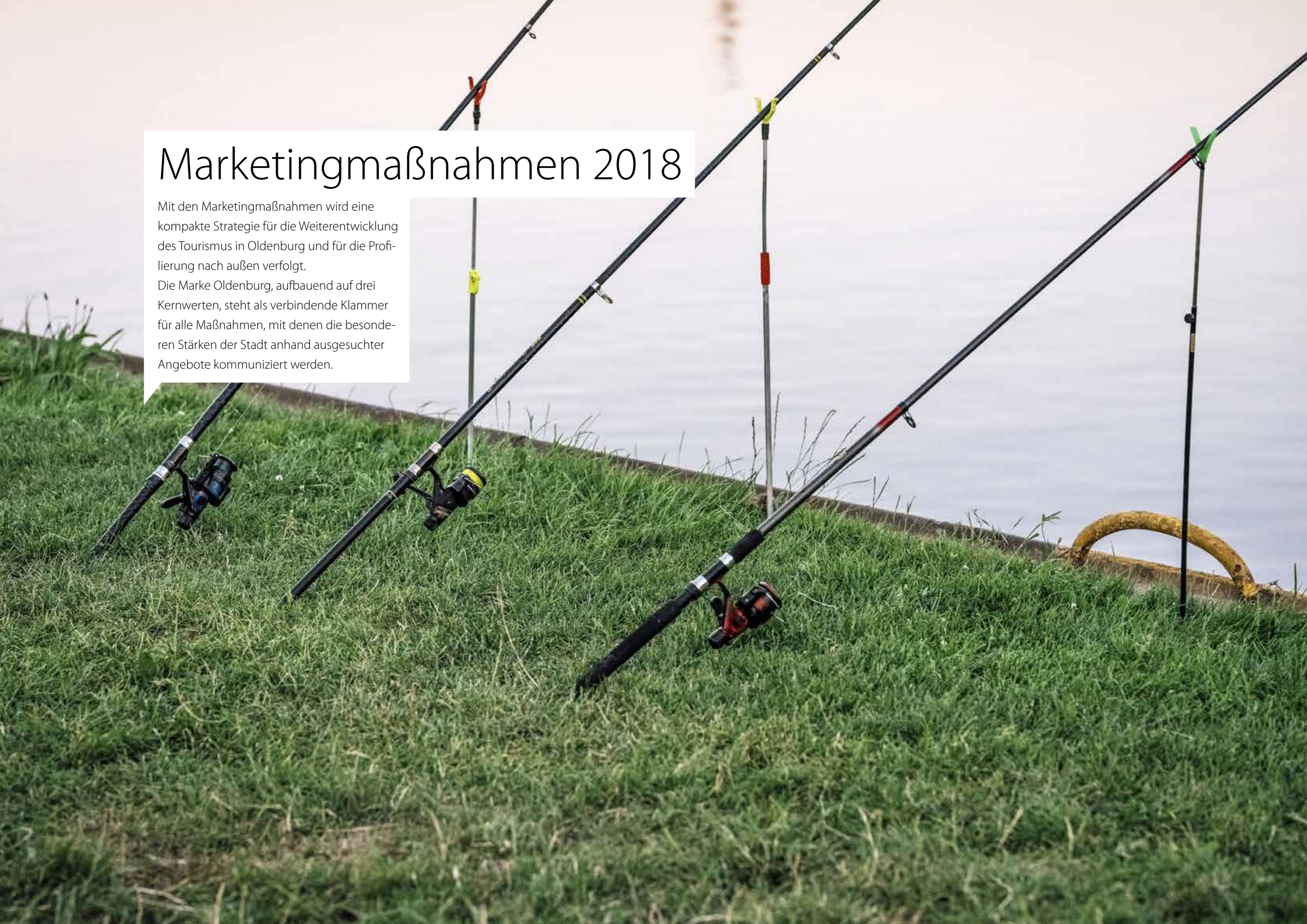
Oldenburg  
Kohlhauptstadt Oldenburg



# Marketingmaßnahmen 2018

Mit den Marketingmaßnahmen wird eine kompakte Strategie für die Weiterentwicklung des Tourismus in Oldenburg und für die Profilierung nach außen verfolgt.

Die Marke Oldenburg, aufbauend auf drei Kernwerten, steht als verbindende Klammer für alle Maßnahmen, mit denen die besonderen Stärken der Stadt anhand ausgesuchter Angebote kommuniziert werden.





# Marketing

## Themenstrategie

Aufbauend auf dem Markenentwicklungsprozess verfolgt die OTM seit einigen Jahren eine Themenstrategie. Grünkohl, Fahrrad, Einkaufen und Kultur – das sind die Themen, mit denen sich Oldenburg im Wettbewerb mit steigendem Erfolg profiliert. In unterschiedlicher Intensität und Zielset-

zung werden diese vier Themen umgesetzt und kombiniert und prägen so das Bild der Stadt. Insbesondere das StadtMarketing bildet den strategischen und finanziellen Rahmen zur Entwicklung und Umsetzung von Maßnahmen in den vier Themen.

### Grünkohl

Grünkohl ist in Oldenburg ein kulturelles Symbol. Dabei spielt besonders die Kohlfahrt eine bedeutende Rolle. Durch die Erlebnismarke „**Kohltourhauptstadt Oldenburg**“ ist es gelungen Oldenburg überregional mit dem Thema Grünkohl zu verknüpfen. Damit einher geht die Sicherung und Ausweitung von Image. Als Projektponsor beteiligte sich das Ammerländer Unternehmen Bley Fleisch- und Wurstwaren GmbH.

### Fahrrad

Die Fortbewegung im Alltag wird in Oldenburg in erster Linie mit dem Fahrrad bewerkstelligt. Oldenburg hat deutschlandweit die höchste Alltagsnutzung des Fahrrades (42,7 % des Gesamtverkehrs). Es geht um den Faktor Lebensqualität, um eine wertschätzende und markenorientierte Inszenierung eines gesunden, typischen und umweltfreundlichen Fortbewegungsmittels. Hier steht die Ausschöpfung des touristischen Potenzials im Fokus.

## Kommunikation

Der konsequente Aufbau von erstklassigem und authentischem Content, professionelles Endkunden-Marketing mit qualitativ hochwertigen Werbe- und Informationsmaterialien und ein attraktiver Internetauftritt mit Direkt-Buchungsmöglichkeiten waren die Schwerpunkte 2018. Darüber hinaus kontinuierlich steigende Social Media-Aktivitäten. Die Kommunikation über digitale Medien allein würde jedoch nicht ausreichen, um Oldenburg langfristig zu positionieren

und im Bewusstsein der Multiplikatoren zu halten. Für die zuverlässige und nachhaltige Marktbearbeitung braucht es eine flankierende Begleitung der Marketingmaßnahmen durch eine professionelle Presse und Öffentlichkeitsarbeit.

- 65 Pressemeldungen und 5 Pressetermine
- 800 neue Fotos
- 500 Posts auf Facebook, Instagram und Twitter
- 480.000 Flyer und Broschüren erstellt

### Einkaufen

In diesem Thema kooperiert die OTM mit dem City Management Oldenburg (CMO). Die OTM konzentriert sich auf Informationen im Internet und vermarktet den Oldenburger Einkaufsgutschein. Das Thema Einkaufen ist insbesondere zur Weihnachtszeit von Bedeutung, da die Innenstadt dann ein beliebtes Reiseziel von Besuchern aus den Niederlanden und der Region ist. An der Erarbeitung eines Vermarktungskonzeptes in den Niederlanden war und ist OTM maßgeblich beteiligt.

### Kultur

Die OTM verwirklicht seit 2011 gemeinsam mit dem Kulturrat Oldenburg Maßnahmen unterschiedlicher Art, um Impulse für den Tourismus zu setzen. Im Jahr 2017 gründete sich die AG **#Kulturschnack**, die ihre Aktivitäten auf den deutschsprachigen Raum und die Zielgruppe der nicht kulturraffinen jungen Menschen (20 bis 30 Jahre) aus dem soziodemografischen Profil der Adaptiv-Pragmatischen als Teil des Sinus-Milieus konzentriert. Geworben wird mit dem Blog [www.kulturschnack.de](http://www.kulturschnack.de) der zielgruppenrelevante Kulturthemen in den Fokus rückt.



#### Fakten Grünkohl 2018

|                                                                                        |        |
|----------------------------------------------------------------------------------------|--------|
| Grünkohlbrochüren                                                                      | 15.000 |
| Seitenaufrufe <a href="http://www.kohltourhauptstadt.de">www.kohltourhauptstadt.de</a> | 91.700 |
| Clips produziert                                                                       | 14     |
| Päckchen Grünkohlpralinen verkauft                                                     | 320    |

#### Fakten Fahrrad 2018

|                                        |        |
|----------------------------------------|--------|
| Fahrradbrochüren                       | 10.000 |
| Seitenaufrufe                          | 33.550 |
| Fahrradkarten verkauft                 | 1.300  |
| Wegweiser „Route um Oldenburg“ ergänzt | 53     |

#### Fakten Einkaufen 2018

|                                                                                    |         |
|------------------------------------------------------------------------------------|---------|
| Erreichte Personen auf Facebook (Niederlanden)                                     | 22.000  |
| Seitenaufrufe <a href="http://www.wegnaaroldenburg.nl">www.wegnaaroldenburg.nl</a> | 23.450  |
| Einkaufsgutscheine verkauft                                                        | 22.000  |
| Aufrufe eines Video-Rectangles                                                     | 450.000 |

#### Fakten Kultur 2018

|                                                   |        |
|---------------------------------------------------|--------|
| Magnete und Postkarten: Guerilla-Marketing-Aktion | 5.000  |
| Anzeigen in DIE ZEIT                              | 26     |
| Blogs auf Kulturschnack                           | 30     |
| Seitenaufrufe im Blog                             | 12.000 |



# Veranstaltungen 2018

Zum Aufgabengebiet der OTM gehören mittlerweile auch die Organisation und Durchführung von Veranstaltungen. Dazu werden nacheinander die Themenfelder Grünkohl und Fahrrad in den Mittelpunkt gerückt.

Hinzu kommen temporär Veranstaltungen im Auftrag der Stadt Oldenburg oder im Rahmen von Sonderprojekten.

Die Maßnahmen dienen auch dazu, die Strahlkraft regional und national zu erhöhen.

2018 organisierte die OTM insgesamt vier Publikumsveranstaltungen.





# Veranstaltungen 2018

## Hallo Fahrrad

„Hallo Fahrrad“ hieß es am Sonntag, 25. März 2018 zum dritten Mal im Rahmen des verkaufsoffenen Sonntags. Informationen und Tipps rund um Ausflüge, Technik und Fahrradkauf standen auf dem Rathausmarkt im Mittel-

punkt. An dem Zweirad-Treiben nahmen 27 Händler für Fahrräder und Zubehör, Dienstleister, touristische Anbieter, Gastronomiestände und weitere Experten teil.



## Eröffnung der Oldenburg-Info im Lappan

Die neue Oldenburg-Info im Lappan wurde am 28. August 2018 feierlich eröffnet. Am Vormittag mit geladenen Gästen und ab 14:00 Uhr für die Öffentlichkeit. Die Besucher durften einen Blick in alle Räumlichkeiten des sanierten Gebäudekomplexes werfen, sich an kulinarischen Stationen von und mit lokalen Anbietern und Spezialitäten durch

Oldenburg probieren oder sich am Quiz-Glücksrad wertvolle Gewinne erspielen, die von Oldenburger Institutionen, Einzelhändlern und Vereinen zur Verfügung gestellt wurden. In Kooperation mit dem NWZ-Kinderclub fand eine besondere Stadtführung für Kinder sowie eine Rallye durch den Lappan statt.





# Veranstaltungen 2018

## Fotoprojekt echt Oldenburg mit Fotoausstellung „Drei Tage in Oldenburg“

Am 02. November 2018 fand im Schloss die Eröffnung der Ausstellung „Drei Tage in Oldenburg“ statt, die in Zusammenarbeit mit dem Landesmuseum für Kunst und Kulturgeschichte und der Mediavanti GmbH entstanden war. Grundlage bildete das fotografische Projekt „echt.Oldenburg“, in dem sich 15 Fotografinnen und Fotografen mit Oldenburg von Mai bis August auseinandergesetzt hatten. Als Projektsponsor beteiligte sich das Oldenburger Unternehmen CEWE

Stiftung & Co. KGaA. Mit **#echtoldenburg** wurde das Projekt in den sozialen Medien begleitet und viele User haben ihre Bilder aus Oldenburg verschlagwortet. Sowohl während des Fotoprojektes als auch der vierwöchigen Ausstellung fand ein Rahmenprogramm mit Kneipen-Quiz, Instawalk, Führungen und Talkrunde statt. Zur Ausstellung erschien begleitend ein Bildband.



## Hallo Grünkohl

Rund um die Oldenburger Palme drehte sich alles am Sonntag, 4. November 2018, zum achten Mal. Unter dem Motto „Hallo Grünkohl“ wurde die Saison im Rahmen des verkaufsoffenen Sonntages eröffnet. Elf Gastronomen, Caterer, Einzelhändler und Institutionen servierten ihre Variante und

Interpretation des Grünkohls auf dem Rathausmarkt. Im Rahmenprogramm konnten die Besucher dem Profikoch Jan Linne über die Schulter schauen. Und wer die richtigen Antworten am Oldenburg-Quiz-Glücksrad wusste, hatte die Chance auf wertvolle Gewinne der Partner.





# Gemeinsam gestalten

Als zentrale Marketingorganisation für Oldenburg ist die OTM vielen Interessen verpflichtet. Die OTM vernetzt sich mit relevanten Partnern, um gegenseitiges Vertrauen zu schaffen, Wissenstransfer zu leisten, Kräfte zu bündeln und damit das Unternehmen und auch die Stadt Oldenburg zu stärken. Damit wird eine wichtige Basis für die Produktgestaltung sowie für ein gutes Außenmarketing der Stadt gebildet.





# Kooperationen & Mitgliedschaften

## Aboutcities

Seit 2013 organisieren sich 16 niedersächsische Städte und Bremerhaven in der Städtekooperation „aboutcities“. Mit dem gleichnamigen Blog adressieren die Städte die Zielgruppe der internetaffinen Städtetouristen, noch konkreter die „urban professionals“. Mit einer Mischung aus Groß und Klein, aus Attraktion und Insidertipp bietet die Internetseite Informationen aus erster Hand und verknüpft diese mit kurzweiliger Unterhaltung.

## Verkehrsverein Oldenburg e.V. (VO)

Der Verkehrsverein Oldenburg versteht sich seit langem (1949 gegründet) als Motor und Dienstleister bei der Entwicklung und Förderung der Stadt Oldenburg als touristisches Reiseziel. Er bündelt und vertritt die Interessen der Mitglieder aus allen Branchen. Als einer von fünf Partnern im Beirat der OTM kann der Verein bei der Umsetzung beratend und steuernd mitwirken. Aktuell zählt der VO 215 Mitglieder. Geschäftsführerin des Verkehrsvereins ist ebenfalls Silke Fennemann.

## Deutscher Städtetag

Die Konferenz Tourismus des Deutschen Städtetages setzt sich aus Geschäftsführern und Entscheidern der Marketing- bzw. Tourismusorganisationen der deutschen Städte zusammen. Neben dem Erfahrungsaustausch bringt die Konferenz zentrale Anliegen und Themen in die Fachausschüsse des Städtetages ein.

## Deutscher Tourismusverband (DTV)

Der Deutsche Tourismusverband (DTV) ist der Dachverband. Er hat eine koordinierende, tourismus-politische und beratende Funktionen. Als unabhängige Plattform für Facharbeit bündelt der DTV Erkenntnisse und Erfahrungen. Er wirkt als Informationspool und bietet Beratungs- und Serviceleistungen für Tourismusorganisationen an. Die OTM ist hier direktes Mitglied.

## Fachkräfte-Initiative Oldenburg

Die im Jahr 2015 offiziell gegründete Fachkräfte-Initiative Oldenburg (kurz: FIO) befasst sich mit dem facettenreichen Thema Fachkräftesicherung. Ziel ist die Gewinnung beziehungsweise Bindung von Nachwuchs-, Fach- und Führungskräften. In der Fachkräfte-Initiative Oldenburg sind Oldenburger Unternehmen, die Kammern, die Universität und weitere Akteure vertreten.

## IHK Tourismusausschuss

Der Tourismusausschuss der IHK Oldenburg hat etwa 30 Mitglieder aus Stadt und Region und tagt mehrmals pro Jahr. Im Mittelpunkt stehen aktuelle Themen rund um die Tourismuswirtschaft.

## Hotellerie

Die Oldenburger Variante der Beherbergungssteuer wurde im April 2013 vom Rat der Stadt Oldenburg rückwirkend zum Januar 2013 aufgehoben. Im Gegenzug haben sich mittlerweile 18 Hoteliers freiwillig bereit erklärt, einen finanziellen Beitrag zum Tourismusmarketing zu leisten. Die OTM verständigt sich mit den Hoteliers jährlich darüber, für welche Projekte die Gelder ausgegeben werden.

## Themennetzwerke

Die OTM nimmt regelmäßig an den Sitzungen des Arbeitskreis Bündnis Innenstadt teil. Um das Gästelerlebnis zu verbessern und auch mittel- und langfristig eine Tourismusedwicklung im Sinne der Marke zu ermöglichen, wurden zum Ausbau der Themenkompetenz Netzwerke in den touristischen Profilierungsthemen identifiziert. Nicht zuletzt sollen positiv herausragende Akteure vor Ort noch stärker unterstützt werden.





# Das sind wir: Das Team

## Geschäftsführerin



**Silke Fennemann**

Tel. 0441 361613-40  
s.fennemann@oldenburg-tourist.de

## Team Kommunikation



**Gabriele Duwe**

Tel. 0441 361613-34  
g.duwe@oldenburg-tourist.de



**Philipp Grunemann**

Tel. 0441 361613-13  
p.grunemann@oldenburg-tourist.de



**Bettina Koch**

Tel. 0441 361613-31  
b.koch@oldenburg-tourist.de

## Team Verwaltung



**Annelene Drieling**

Tel. 0441 361613-30  
a.drieling@oldenburg-tourist.de



**Mareen Römer**

Tel. 0441 361613-20  
m.roemer@oldenburg-tourist.de



**Martina Stammberger**

Tel. 0441 361613-12  
m.stammberger@oldenburg-tourist.de



**Iris Welzel**

Tel. 0441 361613-32  
i.welzel@oldenburg-tourist.de



## Team Tourismus

**Vivia Budrowitz**

Tel. 0441 361613-10  
v.budrowitz@oldenburg-tourist.de

**Laura Horstmann**

Tel. 0441 361613-66  
l.horstmann@oldenburg-tourist.de

**Uta Pfeil**

Tel. 0441 361613-11  
u.pfeil@oldenburg-tourist.de

## Team Tourismus

**Maike Vormelker**

Tel. 0441 361613-66  
m.vormelker@oldenburg-tourist.de

**Stefanie Popp**

Tel. 0441 361613-18  
s.popp@oldenburg-tourist.de

**Annikka Repenning**

Tel. 0441 361613-21  
a.repenning@oldenburg-tourist.de

**Christiane Sörgel**

Tel. 0441 361613-45  
c.soergel@oldenburg-tourist.de

## Auszubildende

**Mareike Adrian**

Tel. 0441 361613-21  
m.adrian@oldenburg-tourist.de

**Maja Freese**

Tel. 0441 361613-21  
m.freese@oldenburg-tourist.de

**Ruth Menke**

Tel. 0441 361613-21  
r.menke@oldenburg-tourist.de



# Betriebswirtschaftliche Betrachtung

## Verhältnis der einzelnen Kosten zu Gesamtkosten

|                                          | 2018               | in % |
|------------------------------------------|--------------------|------|
| <b>Gesamt</b>                            | <b>1.417.264 €</b> |      |
| Verwaltung <small>inkl. personal</small> | 734.683 €          | 52 % |
| Betrieb                                  | 195.634 €          | 14 % |
| Material                                 | 53.041 €           | 4 %  |
| Fremd                                    | 76.712 €           | 5 %  |
| Werbung                                  | 357.194 €          | 25 % |

## Verhältnis Verwaltungs- u. Betriebskosten zu Marketing

|                                                             | 2018               | in % |
|-------------------------------------------------------------|--------------------|------|
| <b>Gesamt</b>                                               | <b>1.417.264 €</b> |      |
| Verwaltung u. Betrieb                                       | 930.317 €          | 66 % |
| Marketing <small>Summe aus Material, Fremd, Werbung</small> | 486.947 €          | 34 % |

## Aufteilung der Erlöse / Erträge

|                               | 2018             | in % |
|-------------------------------|------------------|------|
| <b>Gesamt</b>                 | <b>579.231 €</b> |      |
| Touristische Leistungen       | 111.879 €        | 19 % |
| Werbeeinnahmen                | 47.900 €         | 8 %  |
| Zimmervermittlung             | 21.081 €         | 4 %  |
| Souvenirs                     | 87.034 €         | 15 % |
| Sponsoren                     | 125.750 €        | 22 % |
| Provisionen Kartenvorverkäufe | 35.526 €         | 6 %  |
| Sonstige                      | 150.062 €        | 26 % |

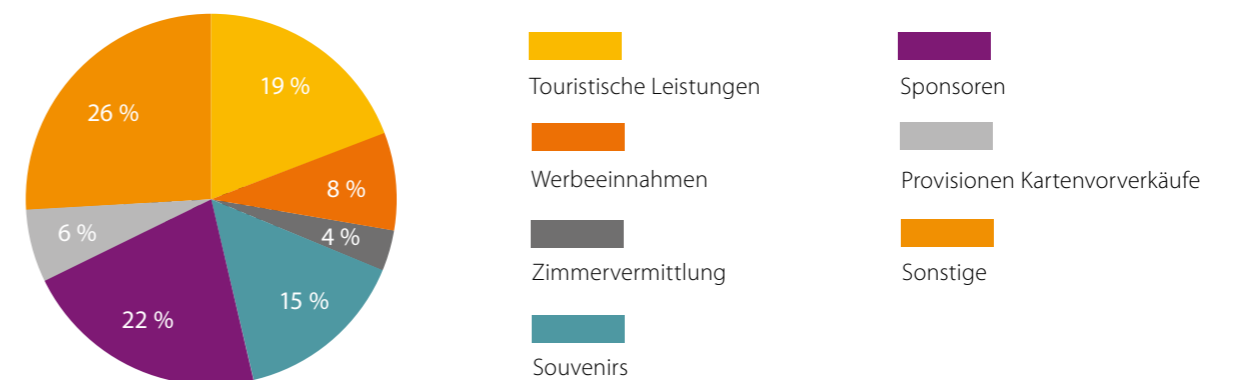
## Verhältnis der Personalkosten zu Gesamtkosten

|               | 2018               | in % |
|---------------|--------------------|------|
| <b>Gesamt</b> | <b>1.417.264 €</b> |      |
| Personal      | 685.432 €          | 48 % |

## Aufteilung Erträge in Zuschüsse und selbsterwirtschaftete Erträge

|                                                     | 2018               | in % |
|-----------------------------------------------------|--------------------|------|
| <b>Gesamt</b> <small>inkl. Defizitausgleich</small> | <b>1.417.264 €</b> |      |
| Eigene Erträge / Erlöse                             | 579.231 €          | 41 % |
| Zuschuss durch die Stadt Oldenburg                  | 838.033 €          | 59 % |

## Aufteilung der Erlöse / Erträge 2018







## Ausblick

Alles ist ein Prozess und Entwicklung ist ein Muss! Man muss in Bewegung bleiben, um vorwärts zu kommen und nicht von der Konkurrenz abgehängt zu werden. Ganz in diesem Sinne hat die OTM eine Reihe von Projekten angestoßen, die dazu beitragen sollen, die Attraktivität der Stadt und den Tourismus als Wirtschaftsfaktor zu erhalten und die OTM fit für die Ansprüche der Zukunft zu machen. Dazu gehört zum einen die Strategie 2025 und das Tourismusprogramm im Rahmen des Markenprozesses. Tourismus ist aber auch ein Querschnittsthema, ein verbindendes Element zwischen den Menschen, der Wirtschaft und der Kultur. So wie die Einwohner, erleben auch die Gäste die Stadt nicht nur eindimensional, sondern sie nehmen ein Gesamtangebot aus Landschaft, Freizeitangeboten, Hotellerie, Gastronomie und natürlich auch dem Einzelhandel und authentischen und heimischen Produkten wahr. Deshalb ist es eine Selbstverständlichkeit, dass die OTM auch zukünftig mit anderen touristischen Leistungsträgern in der Stadt eng und auf professionellem Niveau zusammenarbeitet. Die OTM hat in den vergangenen Jahren ein enges Netzwerk mit Akteuren aus der Stadtverwaltung, der Wirtschaft, der Kultur und dem Tourismus aufgebaut und sie wird in ihren Bemühungen nicht nachlassen, das Netzwerk weiter auszubauen. An dieser Stelle geht ein großer Dank an alle Partner und Akteure für die stets gute, vertrauensvolle und produktive Zusammenarbeit.

Danke, ...

für die Zeit für Termine und Besprechungen!  
für die Teilnahme an Marketingmaßnahmen!  
für die Teilnahme an Veranstaltungen!  
für Ideen und Anregungen!



## Impressum

© Oldenburg Tourismus  
und Marketing GmbH  
Lange Straße 3 | 26122 Oldenburg  
business.oldenburg-tourismus.de  
Fotos: Verena Brandt, Mario Dirks,  
Sascha Stüber, Torsten von Reeken,  
Janis Oetken, Insa Hagemann,  
Tobias Trapp, Markus Hibbeler.  
Aus 100% recyceltem Papier  
Stand 04/2019  
Alle Angaben nach bestem Wissen,  
aber ohne Gewähr.



## Kontakt

Oldenburg-Info im Lappan  
Lange Straße 3 | 26122 Oldenburg  
Telefon: 0441 361613-66  
E-Mail: [info@oldenburg-tourist.de](mailto:info@oldenburg-tourist.de)  
[www.oldenburg-tourismus.de](http://www.oldenburg-tourismus.de)

