



Geschäftsbericht 2024

Rückblick auf das Tourismusjahr 2024



Liebe Leserinnen, liebe Leser, vor dem Blick nach vorn, braucht es einen Blick zurück. Wir haben unser Engagement in diesem digital aufbereiteten Geschäftsbericht 2024 zusammengefasst. Das Jahr war geprägt von intensiven Gesprächen, produktiver Zusammenarbeit und vielen erfolgreichen Veranstaltungen. Im Dialog mit vielen Akteurinnen und Akteuren haben wir wertvolle Projekte für unsere Stadt umgesetzt. Als Destinations-Management Organisation wollen wir den grundlegenden Treibern der aktuellen Transformationsprozesse im Tourismus Rechnung tragen und nicht nur viel, sondern auch viele bewegen. Besonders stolz sind wir auf die vertrauensvolle und engagierte Zusammenarbeit, die uns durch das Jahr getragen hat. In unserem digitalen Jahresbericht 2024 finden Sie die wichtigsten Ergebnisse, Highlights und Einblicke in unsere Aktivitäten.



1 - Silke Fennemann, Geschäftsführerin der Oldenburg Tourismus und Marketing GmbH (OTM)



2 - Über die OTM



3 - Unsere Strategie



4 - Unsere [Nachhaltigkeitsberichte](#)

Unsere Erfolgsmomente 2024

Eine kleine Auswahl unserer OTM-Highlights 2024 in chronologischer Reihenfolge haben wir in Bildern zusammengefasst 📍





April: Spendenübergabe

Die Veranstaltung „Hallo Fahrrad“ war auch 2024 ein Erfolg: Ein besonderes Highlight war das GSG-Benefizradeln. Dabei kamen 1.250 Euro an Spenden für die Oldenburger Initiative „Rad-Ini Kultus“ zusammen.



April: Neues Fahrradangebot

Oldenburg und die Wesermarsch haben die „RadPartie“ erfolgreich an den Start gebracht - ein attraktives Do-it-yourself-Erlebnisangebot für Fahrrad- und Fotoenthusiasten.



Mai: Eröffnung Oldenburg Stadtgärten

Mit einem Eröffnungsfest haben wir den erfolgreichen Start der „Oldenburg Stadtgärten“ gefeiert. Seit dem 11. Mai wurde das Stadtbild durch neun kunstvoll angelegte Grünflächen bereichert.



Mai & Oktober: Kooperationsprojekt mit der Kultur

Kostenfreien und kompakten Kulturangebote wurden 2024 in zwei Zeiträumen fortgeführt: vom 14.05. bis 20.06. und vom 22.10. bis 28.11. hatten Interessierte die Möglichkeit, ihre Mittagspause kulturell zu bereichern. Das Format wurde in Kooperation mit städtischen Kultureinrichtungen umgesetzt.



Juli: Social Media Kampagne
 Mit finanzieller Unterstützung der lokalen Hotellerie wurde eine gezielte Online-Marketing-Kampagne zur Stärkung der touristischen Attraktivität gestartet. Herzstück der Kampagne waren hochwertige Videos zu unseren touristischen Themenschwerpunkten



November: Hallo Grünkohl
 Mit dem alljährlichen Aktionstag sind wir am 3. November in die Saison gestartet. Mehrere tausend Gäste waren gekommen, um unser Kultgericht zu genießen - ein deutlicher Beweis für die wachsende Bedeutung dieser kulinarischen Veranstaltung.



November: Gästebefragung
 Der OTM startete eine Gästebefragung, um das Thema Grünkohl für den Tourismus in Oldenburg strategisch weiterentwickeln zu können.



Dezember: Adventsaktionen
 Wir servierten zahlreichen Besuchenden Grünkohlgerichte der Stadt-Fleischerei Bartsch, während wir an anderer Stelle in der Innenstadt für Familien Plätzchen backen angeboten haben mit Unterstützung der Bäckerei Müller & Egerer. Insgesamt kamen 2.609,50 Euro für den Johanner-Kältebus Oldenburg zusammen.

Grünkohl-Tied am Lappa
 Preisliste
 Grünkohl für den guten Zweck

**August -
Dezember:
Hochwertiger
Kultur-Content**

Zum Jahresende konnten wir das Kooperationsprojekt „Contenterstellung“ mit zahlreichen neuen, hochwertigen Bildern und Imagefilmen für die Oldenburger Kulturlandschaft erfolgreich abschließen.

**Dezember:
Rechnungs-
verarbeitung
digital**

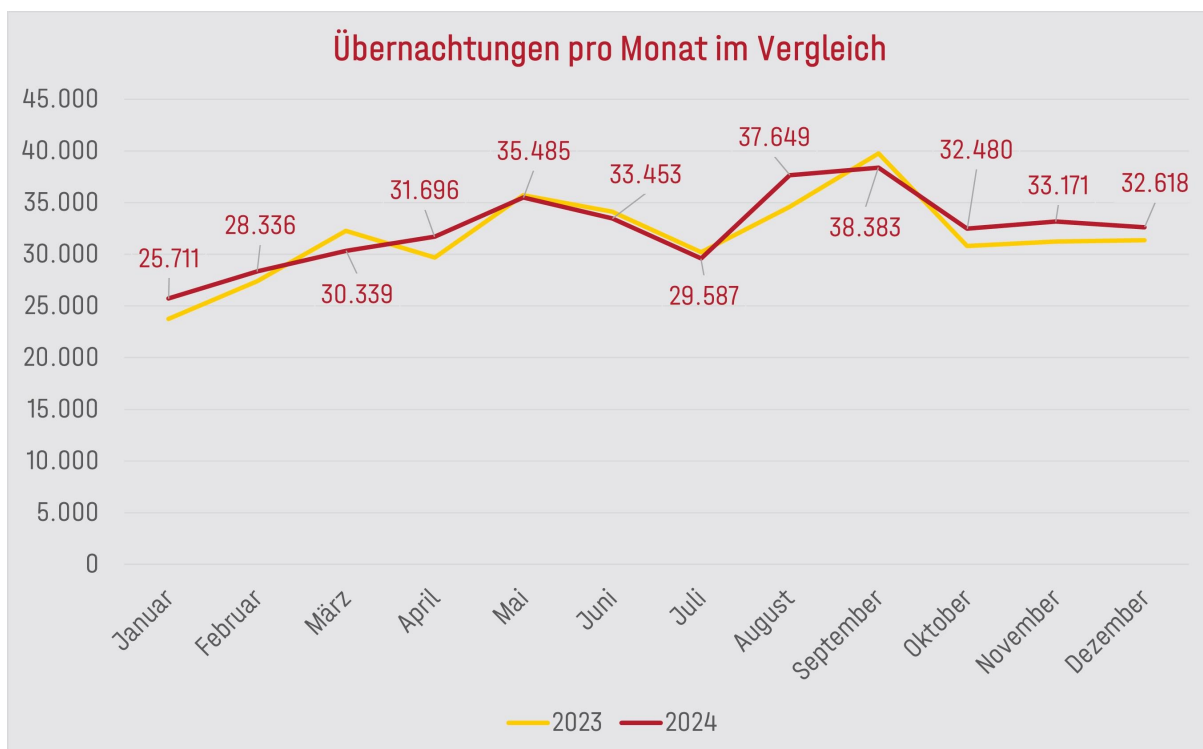
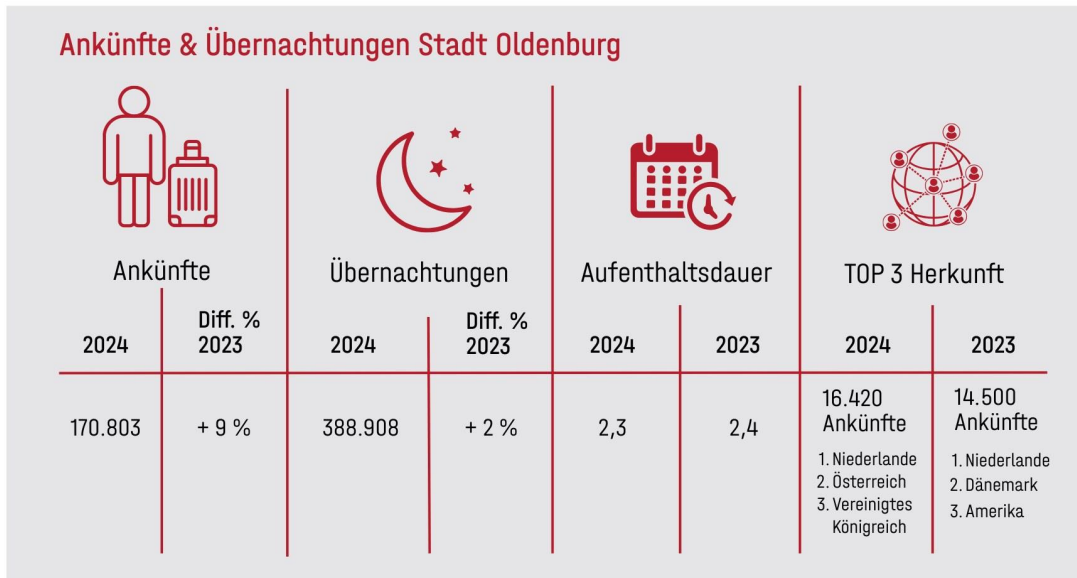
Zum Jahresende gab es einen Digitalisierungsschub im Finanzwesen! Der digitale Rechnungseingang und die Belegfreigabe wurden erfolgreich eingeführt.

Tourismusjahr 2024

**+ 2% Übernachtungen
+ 9% Gäste**

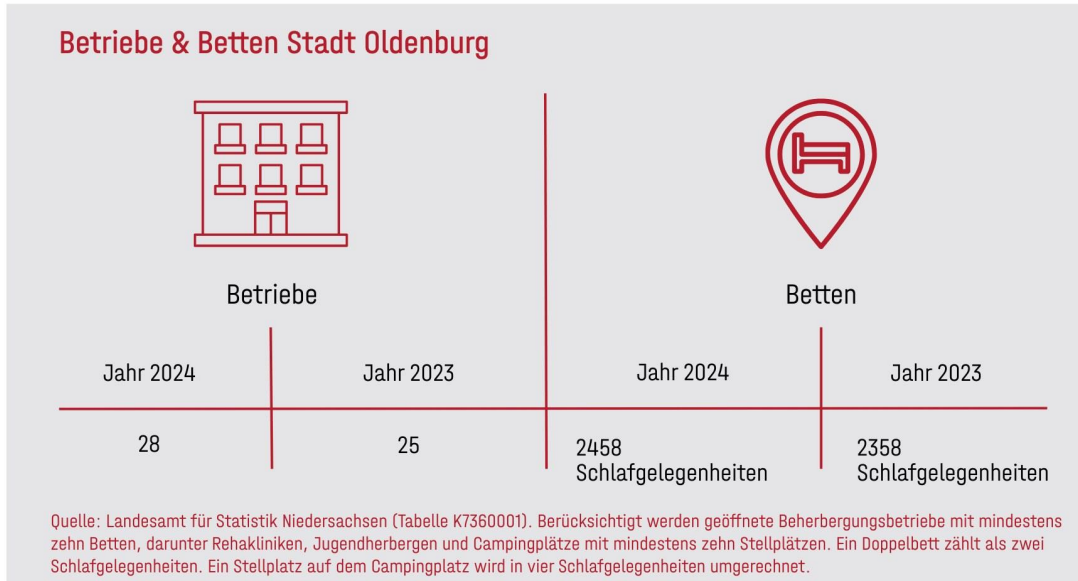
Ein Blick zurück in Bild und Text

Auch wenn der Rekord von 2019 mit fast 400 Tsd. Übernachtungen noch nicht ganz erreicht wurde im Jahr 2024, sind wir stolz auf die positive Entwicklung. Vor allem, weil in den vergangenen zehn Jahren die Übernachtungszahlen in Oldenburg insgesamt um 20 Prozent gestiegen sind.



5 - Im Mai gibt es in Deutschland mehrere Feiertage. Sie ermöglichen oft verlängerte Wochenenden, die für Kurztrips genutzt werden. Oldenburg bietet in den Sommermonaten außerdem zahlreiche Veranstaltungen, Festivals und kulturelle Höhepunkte. Solche Events steigern die Nachfrage nach Übernachtungen. Paare, Senioren und Individualtouristen schätzen

außerdem die Nebensaison. Auch Geschäftsreisende und Tagungsgäste nutzen diese Zeiten. Und für Radtouren sind der Mai und der September ideal, denn dann ist es angenehm temperiert und die Landschaft ist besonders reizvoll.



6 - Berücksichtigt werden geöffnete Beherbergungsbetriebe mit mindestens zehn Betten, darunter Rehakliniken, Jugendherbergen und Campingplätze mit mindestens zehn Stellplätzen. Ein Doppelbett zählt als zwei Schlafgelegenheiten. Ein Stellplatz auf dem Campingplatz wird in vier Schlafgelegenheiten umgerechnet.



Fazit

Die Statistik des Statistischen Landesamtes zeigte: Oldenburg zieht immer mehr Gäste an!

 2% mehr Übernachtungen als im Vorjahr

📊 Die Zahl der Gäste stieg sogar um 9 % - ein beeindruckendes Plus!

☀️ Starke Monate: Mai, August, September.

Der Mai und der September sind besonders starke Monate im Städtetourismus, da das Wetter dann angenehm ist und zahlreiche Veranstaltungen stattfinden. Zudem sorgen Feiertage und verlängerte Wochenenden im Mai sowie die Nachsaison im September für zusätzliche Gäste.

📈 Die Gästestatistik für die Tourist Information bestätigen die starken Monate. Ab Mai durften wir pro Monat durchschnittlich 7 Tsd. Gäste in der Tourist Information begrüßen. Der stärkste Monat war der Dezember mit über 9 Tsd. Gästen. Die steigenden Gästezahlen spiegeln das wachsende Interesse an persönlichen Serviceangeboten und individueller Reiseberatung wider.

📉 Die rückläufige Teilnahme an Stadtführungen im Städtetourismus lässt sich vor allem durch das veränderte Reiseverhalten erklären, bei dem Individualität und flexible digitale Angebote und Erkundungsmöglichkeiten zunehmend klassische Stadtführungen verdrängen.

Rückblick Projekte, Maßnahmen & Ergebnisse



Der Schwerpunkt des abgelaufenen Tourismusjahres 2024 lag über alle Bereiche hinweg auf der Umsetzung der Unternehmensvision 2025, der Tourismusstrategie und das Voranbringen der Tourismusmarke, um Oldenburg zu einem anziehungsstarken urbanen Hotspot im

Nordwesten zu positionieren. Darüber hinaus haben alle Teams ihre Projekte mit ihren verschiedenen Formaten und Kommunikationsmaßnahmen sowie das Tagesgeschäft professionell umgesetzt. Nachfolgend finden Sie die Jahresrückblicke der Teams Veranstaltungsmanagement und Kommunikation.

Events & Sponsoring

Unsere Veranstaltungen 2024



Ob Outdoor-Fest rund ums Fahrrad, temporäre Naturoasen oder kulinarische Veranstaltungen mit Brauchtumscharakter – auch 2024 bot unser Veranstaltungsprogramm wieder ein vielfältiges Spektrum. Über das gesamte Jahr hinweg trugen diese Formate zur Belebung der Innenstadt bei und steigerten die Aufenthaltsqualität spürbar. Aktionen wie „Hallo Fahrrad“ luden zur aktiven Teilnahme ein, während die Stadtgärten urbane Grünräume zum Entdecken und Verweilen schufen. Neben dem etablierten Highlight „Hallo Grünkohl“ rückte auch ein neues, kleineres Format unser Lieblingsgemüse ins Rampenlicht. Wir sind sehr dankbar, dass sowohl die Stadt Oldenburg als auch unser Beirat, die Sponsoren des [StadtMarketing Oldenburg](#), uns unterstützen und sich für unsere Veranstaltungen engagieren. Weiterhin danken wir der GSG OLDENBURG Bau- und Wohngesellschaft mbH, der EWE, Harders Lichtideen, TURM-Sahne, dem Wardenburger Hof, der Stadt-Fleischerei Bartsch und der Müller & Egerer Bäckerei Konditorei GmbH sowie dem Modehaus Leffers und weiteren Einzelhandelsgeschäften, Unternehmen und Zusammenschlüssen für ihre Unterstützung einzelner Veranstaltungen.



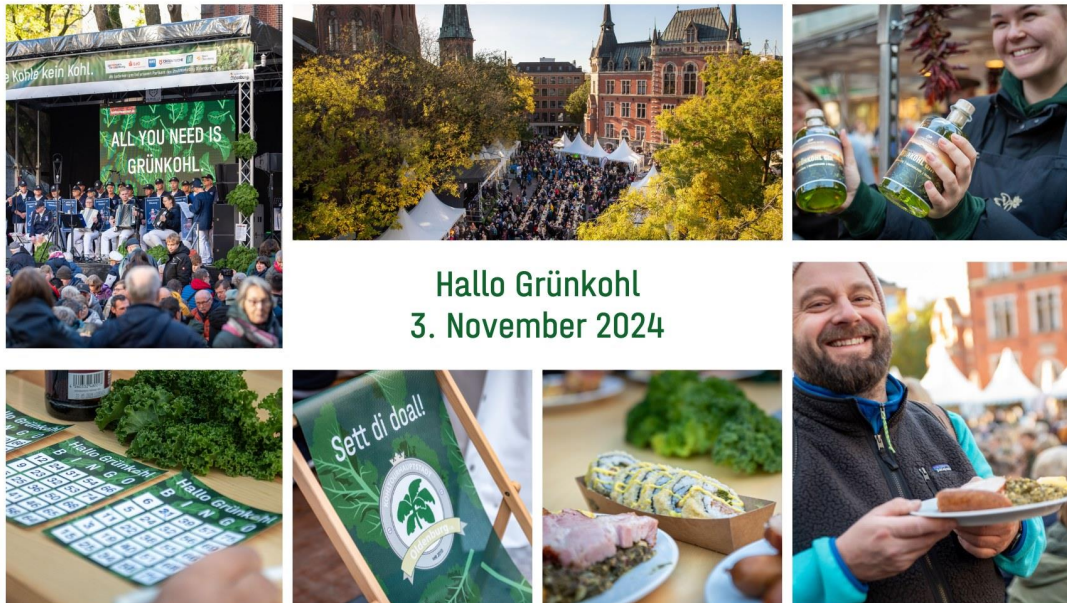
[7 - Filmischer Rückblick auf "Hallo Fahrrad 2024"](#)

Die siebte Ausgabe der Veranstaltung „**Hallo Fahrrad!**“ am 14. April 2024 war ein voller Erfolg und unterstrich die wachsende Bedeutung nachhaltiger Mobilität in Oldenburg. Auf dem Rathausmarkt und Schlossplatz präsentierten über 50 Aussteller ein vielseitiges Angebot rund ums Fahrrad – von Zubehör und Sicherheit bis hin zu Radreisen. Ein abwechslungsreiches Rahmenprogramm mit geführten Touren, einer spektakulären Trial-Show, einer Fahrradversteigerung und Mitmachaktionen für die ganze Familie sorgte für großen Publikumszuspruch. Ein besonderes Augenmerk lag auf dem gemeinnützigen Engagement, beispielsweise durch das GSG-Benefizradeln zugunsten sozialer Initiativen. Dank der Unterstützung durch die Stadt, den Beirat und Sponsoren hat sich „Hallo Fahrrad“ als zentraler Treffpunkt der Oldenburger Fahrrad-Community etabliert und spricht ein stetig wachsendes Publikum an.



Oldenburg Stadtgärten
11. Mai bis 11. August 2024

Die „**Oldenburg Stadtgärten**“ verwandelten die Innenstadt und einen Bereich von „buss wohnen“ am Stadtrand erneut in grüne Erlebnisräume. Mit ihren liebevoll gestalteten Themengärten luden sie zum Verweilen, Entspannen und Entdecken ein. Die Eröffnung wurde in diesem Jahr erstmals durch ein großes Fest mit Live-Musik, Mitmachaktionen und Informationsangeboten am 11. Mai 2024 begleitet. Zentrales Anliegen der Veranstaltung war es, Aufenthaltsqualität mit der Vermittlung gesellschaftlich relevanter Themen zu verbinden. Ein besonderer Fokus lag dabei auf Nachhaltigkeit. Es kamen recyclebare Materialien, torffreie Erde und robuste Pflanzen zum Einsatz. Die Stadtgärten wurden erneut von Fachleuten individuell gestaltet und regten nicht nur zum Pausieren, sondern auch zum Nachdenken und Nachmachen an. Dank der Unterstützung durch die Stadt Oldenburg, zahlreiche Sponsoren und Partnern aus Handel und Wirtschaft konnte das erfolgreiche Format fortgeführt und weiterentwickelt werden. Die Stadtgärten haben sich als festes Sommerhighlight in Oldenburg etabliert und leisten einen wertvollen Beitrag zur Attraktivität und Lebensqualität der Innenstadt.



Hallo Grünkohl 3. November 2024

Mit der Veranstaltung **„Hallo Grünkohl“** haben wir am 3. November 2024 erneut erfolgreich den Start der Grünkohlsaison eingeläutet. Der Oldenburger Rathausmarkt verwandelte sich dabei in ein kulinarisches Zentrum, in dem das Traditionsgemüse in zahlreichen kreativen Varianten angeboten und präsentiert wurde – von klassisch bis vegan, von Smoothie bis Sushi. Ein besonderes Highlight war die Vielfalt an innovativen Produkten wie Grünkohl-Gin, Grünkohl Pesto und das eigens gebraute Bier „Grüner Anton“. Neben dem kulinarischen Angebot sorgten ein unterhaltsames Bühnenprogramm, Grünkohl-Bingo, musikalische Beiträge und informative Stände, beispielsweise zum ökologischen Grünkohl-anbau oder zur Grünkohl-Wellness, für ein rundum stimmiges Erlebnis. Die Veranstaltung wurde von einem verkaufsoffenen Sonntag in der Innenstadt begleitet. Ihre erfolgreiche Umsetzung war erneut nur dank der Unterstützung zahlreicher langjähriger und neuer Partner aus Wirtschaft, Medien und Stadtmarketing möglich. „Hallo Grünkohl“ hat sich als feste Größe im Oldenburger Veranstaltungskalender etabliert und stärkt die Positionierung der Stadt als kulinarische Hauptstadt des Grünkohls.

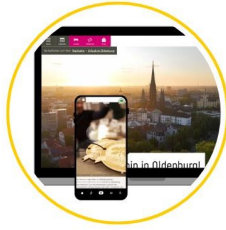
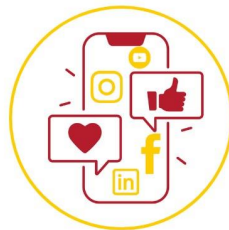


Adventsaktionen 6. & 7. Dezember 2024

Vom 6. bis 7. Dezember 2024 sorgten wir mit unseren **Adventsaktionen** für einen stimmungsvollen Mix aus Kulinarik und Musik und eine festliche Atmosphäre in der Innenstadt. Ein zentrales Highlight war die „Grünkohlzeit am Lappan“, bei der klassische und vegane Grünkohlgerichte serviert wurden. Der gesamte Erlös kam dem Johanniter-Kältebus zugute – ein gelungenes Beispiel für genussvolles Engagement mit sozialem Mehrwert. In der Plätzchenbäckerei in der Innenstadt konnten Kinder gemeinsam mit ihren Familien kostenlos backen und dekorieren, was viel Zuspruch fand. Das Programm wurde durch stimmungsvolle Konzerte verschiedener Posaunenchorer sowie festliche Walk-Acts ergänzt, die an mehreren Tagen für musikalische und visuelle Höhepunkte in der Innenstadt sorgten. Die Veranstaltung bot somit nicht nur eine kulinarische Bereicherung in der Vorweihnachtszeit, sondern unterstützte gleichzeitig auch soziale Initiativen.

Marketing & Kommunikation

Content Marketing | Digitale Kanäle & Social Media | Websites |
Kampagnenmanagement | Presse- & Öffentlichkeitsarbeit



Marketing & Kommunikation



Anzeigenaktivitäten

45 Werbemaßnahmen mit analogen und digitalen Anzeigen (Google Ads, Social-Media-Ads und Advertorials)



Publikationen & Werbemittel

- 15 gestaltete und produzierte Broschüren, Folder sowie weitere Printformate
- 17 gestaltete Plakate und Banner
- Stadtpläne in mehreren Sprachversionen zur internationalen Gästeinformation



Öffentlichkeitsarbeit

- 60 Presseaussendungen
- 16 versendete Newsletter zur regelmäßigen Information
- 15 realisierte Kooperationen mit Content Creators
- 1 Radiospot



Content- und Kampagnenmanagement

- Medienkooperation im Bereich Podcast
- Produktion von Foto- und Videocontent
- Umsetzung von zwei Social-Media-Kampagnen

Online-Marketing-Kampagne 2024

Im Juli 2024 startete die Oldenburg Tourismus und Marketing GmbH (OTM) eine Online-Marketing-Kampagne über zwei Phasen zur Stärkung der touristischen Anziehungskraft Oldenburgs. Die Kampagne ist Teil einer seit über zehn Jahren bestehenden erfolgreichen Kooperation mit den Beherbergungsbetrieben der Stadt und wurde durch deren freiwillige Marketingbeiträge ermöglicht – eine direkte Folge der 2013 in Oldenburg abgeschafften Beherbergungssteuer. Im Zentrum der Kampagne stehen zwei hochwertig produzierte Imagevideos zu den Themen „Shopping“ und „Fahrradfahren“ in Oldenburg, die gezielt über

soziale Medien (Instagram, Facebook, YouTube) ausgespielt wurden. Die Kampagne verlinkt jeweils auf eine zentrale Landingpage, die den Gästen eine einfache und direkte Buchungsmöglichkeit für Unterkünfte bietet.

- **Zeitraum:** 21.06. bis 30.09.2024
- **Zielgebiete:** NRW und Hamburg
- **Phase 1:** Inspiration & Bekanntheit erhöhen
- **Phase 2:** Wiederansprache Nutzer Phase 1 mit Weiterleitung auf themenspezifische Landingpages mit Buchungsmaske.



1

Main Oldenburg!
Kaufwerk, Shopping & Foodtruck genießen

STAY A LITTLE BIT LONGER

Oh, wie schön ist
Oldenburg

Film "Shopping in Oldenburg
- dein Städtetrip"

oldenburg-tourismus.de/shoppingauszeit 🔍

8 - [Landingpage mit Film "Shopping in Oldenburg - dein Städtetrip"](#)



9 - [Landingpage mit Film "Fahrradfahren in Oldenburg - dein Radurlaub"](#)

Fazit & Ergebnis

Durch die Kampagne konnte Reichweite für Oldenburg in den relevanten Zielgebieten gewonnen werden.

- Facebook Reichweite: 72.552
- Instagram Reichweite: 112.592
- Insgesamt 6.133 Aufrufe der für die Kampagne eingerichteten Seiten

Multimediale Content-Erstellung

Im Rahmen der bestehenden Kooperation zwischen der OTM und der Kultur mit den Landesmuseen Kunst & Kultur sowie Natur und Mensch, dem Horst-Janssen-Museum, dem Haus für Medienkunst Oldenburg, dem Stadtmuseum Oldenburg und dem Oldenburgischen Staatstheater wurde hochwertiger Content erstellt, für eine flexible Nutzung durch alle Beteiligten für Marketing- und Kommunikationsmaßnahmen rund um das kulturelle Angebot.

- Umsetzung von 6 professionellen Foto- und Videoshootings mit Models
- Produktion von insgesamt 35 hochwertigen Fotos pro Haus zur vielseitigen Verwendung
- Erstellung je eines 20-sekündigen Videoclips pro Haus
- Entwicklung eines gemeinsamen Imagevideos für alle Häuser

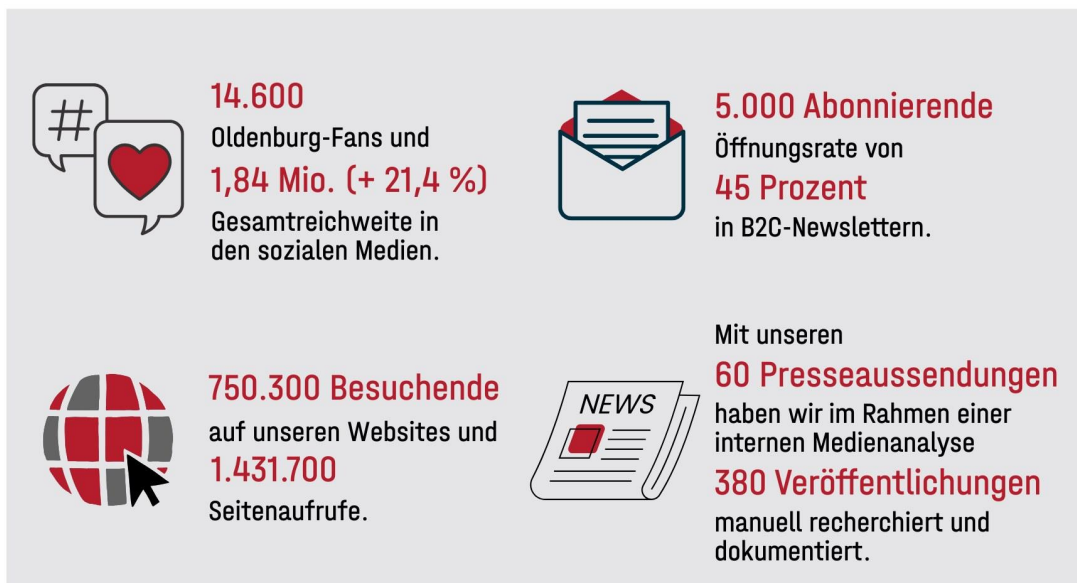
Eine Auswahl unserer Printprodukte in der Übersicht



Online, Social & PR

Information und Inspiration – auch im vergangenen Geschäftsjahr lag unser Fokus auf der digitalen Kommunikation. Unsere Online-Präsenzen, insbesondere die offizielle Website oldenburg-tourismus.de, haben wir kontinuierlich weiterentwickelt, um aktuellen rechtlichen Vorgaben sowie modernen digitalen Anforderungen gerecht zu werden. Unsere Social-Media-Kanäle [Instagram](#), [Facebook](#), [YouTube](#) und [LinkedIn](#) sind reichweitenstarke Kanäle, um Souvenirs und Dienstleistungen der Oldenburg-Info sichtbar zu machen, eigene Veranstaltungen zu präsentieren, über unsere Arbeit zu informieren oder Oldenburg über unsere Themen zu positionieren, um das Image zu stärken.

Im Rahmen des **Städtenetzwerks „aboutcities“** haben wir Oldenburg mit drei Blogbeiträgen auf der Website aboutcities.de präsentiert.



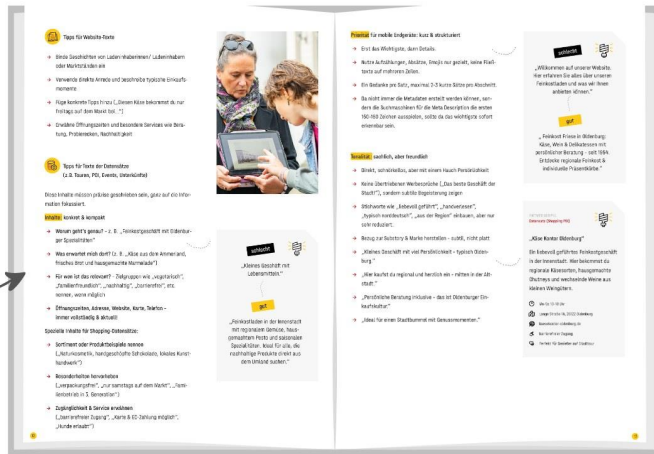
Entwicklung des Content Kompass

Das Ziel unserer Kommunikation ist es, **Oldenburg als unverwechselbare Destination im Nordwesten** zu positionieren: authentisch, nahbar und mit einem klaren Werteprofil.

Das Content Manual, den wir Content Kompass genannt haben, dient als praxisorientierter Leitfaden für eine konsistente und markengerechte Content-Erstellung rund um Oldenburg. Es unterstützt Mitarbeitende, Unternehmen und externe Partner bei der einheitlichen Gestaltung von Texten, Bildern und Tonalität – für Print, Web und Social Media. Das Dokument steht ab Juli 2025 zum Download zur Verfügung.

Kerninhalte:

- Tonalität & Stil: Festlegung eines konsistenten Text- und Bildstils im Sinne der Markenidentität Oldenburgs.
- Textbausteine & Best Practices: Bereitstellung von Beispielen zur effizienten Content-Produktion.



**Für eine unverwechselbare
Markenkommunikation Oldenburgs**



10 - Das Team der Oldenburg Tourismus und Marketing GmbH

Herausgeber: V.i.S.d.P. Oldenburg Tourismus und Marketing GmbH (OTM) | Lange Straße 3 | 26122 Oldenburg | Tel. 0441 361613-40 | E-Mail: info@oldenburg-tourist.de | Internet: www.oldenburg-tourismus.de

Geschäftsführerin: Silke Fennemann

Registergericht und Handelsregisternummer: Amtsgericht Oldenburg HRB 4787

Bildrechte: Oldenburg Tourismus und Marketing GmbH (OTM)

Bildnachweise: Izabela Mittwollen, Hauke-Christian Dittrich, Henricus Lüschen, Maximilian Wiesenbach, Mario Dirks, Lukasz Lawicki.

Redaktion & Gestaltung: Oldenburg Tourismus und Marketing GmbH, Bettina Koch. Die Inhalte dieses Geschäftsberichts wurden mit Microsoft Sway erstellt und in einem fließenden, responsiven Webdesign aufbereitet. Die Windows-Desktopanwendung von Microsoft Sway wurde jedoch zum 1. Juni 2026 eingestellt und wird seitdem nicht mehr unterstützt. Das vorliegende Dokument ist ein Export dieser Inhalte im PDF-Format.

Hinweise: Die Inhalte sind urheberrechtlich geschützt. Nachdruck oder Verwendung nur mit Genehmigung von Herausgeberin und Urheberin. Wir setzen uns für eine gendergerechte Sprache ein. Sämtliche Bezeichnungen – auch nicht explizit genderneutrale – gelten für Personen jeglichen Geschlechts.