

SPERRFRIST 04.05.2026, 17 Uhr

PRESSEMITTEILUNG

Neue Tourismusstrategie: Oldenburg stellt Weichen für das nächste Jahrzehnt

Oldenburg, 4. Mai 2026 – Silke Fennemann, Geschäftsführerin der Oldenburg Tourismus und Marketing GmbH (OTM) stellt heute dem Ausschuss für Wirtschaftsförderung, Digitalisierung und internationale Zusammenarbeit die neue Tourismusstrategie 2035 vor. Mit ihr positioniert sich der Oldenburger Tourismus klar zukunftsorientiert und schafft einen verbindlichen Orientierungsrahmen für die weitere Entwicklung des Tourismus sowie dessen Beitrag zur Lebensqualität, wirtschaftlichen Stärke und zum verantwortungsvollen Umgang mit den Lebensräumen der Stadt.

Unter dem Leitmotiv „Sich wohlfühlen in Oldenburg“ werden zentrale Handlungsfelder wie Stadterlebnis, Fahrradfreundlichkeit, die Grünkohl-Tradition sowie Oldenburgs Bedeutung als Standort für Tagungen und Kongresse gebündelt. Mensch im Mittelpunkt, starke Netzwerke sowie ein nachhaltiger und inklusiver Ansatz bilden die Grundlage.

Warum eine neue Tourismusstrategie?

„Veränderte Reise- und Buchungsgewohnheiten, neue Erwartungen an Nachhaltigkeit und Qualität und verschiedene gesellschaftliche sowie wirtschaftliche Entwicklungen machen eine strategische Neuausrichtung des Tourismus erforderlich. Denn Tourismus wirkt – und zwar nicht nur für Gäste, sondern auch ganz unmittelbar für die Menschen vor Ort. Ohne Tourismus würden viele Angebote, die unseren Alltag bereichern, fehlen. Dazu zählen Gastronomie- und Shoppingangebote, Freizeit- und Kultureinrichtungen ebenso wie Ausflugsziele direkt vor der eigenen Haustür.“, sagt Silke Fennemann, Geschäftsführerin der OTM.

Die Tourismusstrategie 2035 basiert auf fundierten Analysen und Zukunftstrends mit konkretem Bezug zu Oldenburg. Mit ihrem Zeithorizont von zehn Jahren schafft sie Planungssicherheit und stärkt die Grundlage für nachhaltige Entwicklung und langfristige

Partnerschaften. Erarbeitet wurde sie im Rahmen eines Beteiligungsprozesses. Neben der Geschäftsführung und den Mitarbeitenden der OTM waren ausgewählte Stakeholder aus der Tourismusbranche eingebunden. Der Prozess wurde fachlich durch die Teejit GmbH begleitet, deren Fokus in den Bereichen touristische Netzwerkentwicklung, Wissensmanagement, Umsetzungshilfe und Innovation liegt.

Positive Entwicklung als Grundlage

Die neue Tourismusstrategie baut auf der insgesamt positiven Entwicklung des Tourismus in Oldenburg auf. Im Jahr 2025 wurden mit 176.500 Gästeankünften (+3 %) und 409.000 Übernachtungen (+5 %) neue Höchstwerte erreicht. Neben den steigenden Übernachtungszahlen spielt insbesondere der Tagestourismus eine zentrale Rolle. Er prägt das Stadtleben und sorgt für hohe Frequenzen in der Gastronomie, im Einzelhandel und bei den Freizeitangeboten. Laut einer dwif-Studie aus dem Jahr 2022 besuchen rund 10,3 Millionen Tagesgäste die Stadt. Zusammen mit den Übernachtungsgästen erwirtschaftet der Tourismus einen Bruttoumsatz von rund 396 Millionen Euro pro Jahr und stärkt damit vor allem die Gastronomie, den Einzelhandel und Dienstleistungen.

Zentrale Ziele und Handlungsfelder

Neben einer hohen Qualität steht im Zentrum der Tourismusentwicklung auch Wachstum – jedoch nicht um jeden Preis, sondern im Einklang mit den Kapazitäten der Stadt, den Bedürfnissen der Einheimischen und den Anforderungen an eine nachhaltige Entwicklung. Mit der Festlegung auf vier Handlungsfelder beschreibt die Strategie die touristische Einzigartigkeit Oldenburgs. Dazu gehören das Stadterlebnis mit lebendiger Innenstadt und neuen Quartieren am Hafen, eine hohe Aufenthaltsqualität, die Fahrradkultur als gelebte Alltagsmobilität und touristisches Profil in einer attraktiven Radregion, der Grünkohl als identitätsstiftendes Kulturgut sowie das nachhaltige Profil als Tagungsstandort.

Ausblick und nächste Schritte

In den kommenden zehn Jahren wird die OTM eine zentrale Rolle bei der Umsetzung der Strategie übernehmen: Als Kommunikatorin wird sie das Stadterlebnis Oldenburg

überregional sichtbar machen und touristische Anlässe zielgruppengerecht in Szene setzen. Als Impulsgeberin stößt sie neue Entwicklungen an, begleitet partizipative Prozesse – etwa zur touristischen Inwertsetzung des Hafens – und stärkt die Aufenthaltsqualität mit eigenen Formaten und Angeboten. Gleichzeitig bringt sie als Netzwerkerin die relevanten Akteure zusammen und fördert die Zusammenarbeit vor Ort. In ihrer Funktion als Vertriebspartnerin und Entwicklerin sorgt sie zudem für die Sichtbarkeit, Weiterentwicklung und Verfügbarkeit touristischer Angebote, insbesondere im Bereich des Radtourismus und im Zusammenhang mit der Grünkohl-Tradition.

Die Umsetzung der Tourismusstrategie lebt vom Zusammenspiel vieler Mitwirkender: Ob große Organisation oder engagierte Einzelperson – jede Perspektive, jede Ressource und jede Unterstützung trägt dazu bei, Oldenburg als lebendigen, gastfreundlichen und zukunftsfähigen Ort zu gestalten. Die Leitlinien bieten hierfür einen gemeinsamen Rahmen und Orientierung für alle Beteiligten.

„Um im Wettbewerb langfristig attraktiv zu bleiben, braucht es zeitgemäße Angebote, die zu den Stärken unserer Stadt passen, sowie eine moderne und leistungsfähige touristische Infrastruktur“, sagt Silke Fennemann. „Ich freue mich, dass die Strategie auf breite Zustimmung gestoßen ist und zügig verabschiedet wurde. Nun gilt es, die Ziele in konkrete Maßnahmen zu überführen und eine verlässliche finanzielle Basis zu schaffen.“

Die vollständige Tourismusstrategie 2035 steht in Kurz- und Langversion unter <https://business.oldenburg-tourismus.de/strategie> zur Verfügung.

Die zu Grunde liegenden Ergebnisse der Gästeankünfte und Übernachtungen basieren auf Meldungen von Beherbergungsbetrieben mit mindestens 10 Schlafgelegenheiten bzw. mindestens 10 Stellplätzen auf Camping und Reisemobilstellplätzen. Detaillierte Informationen bis auf Gemeindeebene sind in der LSN Online-Datenbank abrufbar: www1.nls.niedersachsen.de/statistik/default.asp.

Weitere Daten stehen Ihnen online zur Verfügung unter <https://business.oldenburg-tourismus.de/statistik-und-marktforschung>.

Über Oldenburg Tourismus und Marketing GmbH (OTM)

Die Oldenburg Tourismus und Marketing GmbH (OTM) ist seit dem Jahr 2001 die zentrale Organisation für das Tourismusmarketing in Oldenburg. Unter der Leitung von Silke Fennemann ist sie für die Tourist-Information zuständig, entwickelt touristische Angebote, organisiert Veranstaltungen und vermarktet die Stadt in enger Zusammenarbeit mit Partnern aus den Bereichen Hotellerie, Gastronomie, Einzelhandel, Kultur und Freizeit. Darüber hinaus koordiniert die OTM die Marketingaktivitäten des Vereins „Gemeinsam für Oldenburg e. V.“ sowie das privat finanzierte Stadtmarketing.