



**OLDENBURGER
MÜNSTERLAND**

Viel Grün. Viel drauf.

Regionales touristisches Entwicklungskonzept

für die Reiseregion Oldenburger Münsterland sowie
ihre Erholungsgebiete und Ausflugsregion

**Zentrale Ergebnisse
der Studie**



Zentrale Ergebnisse

Die Fortschreibung des touristischen Entwicklungskonzeptes Oldenburger Münsterland aus dem Jahr 2013 erfolgte in einem intensiven, kooperativen Beteiligungsprozess in den Jahren 2022 und 2023. In enger Abstimmung mit den Akteuren vor Ort wurde der Rahmen für die strategische Tourismusentwicklung in der nächsten Dekade festgelegt und konkrete Projekte und Maßnahmen entwickelt, festgehalten in „Regionales touristisches Entwicklungskonzept für die Reiseregion Oldenburger Münsterland sowie ihre Erholungsgebiete und Ausflugsregion“. Es bietet dem Verbund Oldenburger Münsterland e.V., den Erholungsgebieten und der Ausflugsregion, den Landkreisen, den Städten und Gemeinden sowie den touristischen Akteuren vor Ort einen konkreten Handlungsrahmen für eine nachhaltige, zukunftsorientierte Entwicklung des Tourismus in den nächsten acht bis zehn Jahren. Das Konzept beinhaltet faktenbasierte Erkenntnisse im Hinblick auf die bisherige Entwicklung und aktuelle Bedeutung des Tourismus im Oldenburger Münsterland und entwirft im Leitbild die Ziele und strategische Leitplanken für die Entwicklung der Region als nachhaltige und qualitätsvolle touristische Destination sowie als attraktiver Lebens-, Wohn- und Arbeitsstandort.

In dieser Zusammenfassung werden in Kurzform die wesentlichen Ergebnisse der Situations- und Bestandsanalyse sowie die darauf aufbauenden Ziele, Strategien und Projekte vorgestellt. Um diese zu realisieren, sind bei Organisation und Management des Tourismus im Oldenburger Münsterland auf allen Ebenen enorme Anstrengungen zu unternehmen. Nur durch den erhöhten Einsatz von Ressourcen wird es möglich sein, die Erfolgsgeschichte des Tourismus im Oldenburger Münsterland und in seinen vier Erholungsgebieten und der Ausflugsregion fortzuschreiben.

Wir bedanken uns bei allen, die für das Konzept Impulse gegeben und sich an den Veranstaltungen dazu beteiligt haben.

Verbund Oldenburger Münsterland e.V.

Johannes Knuck

Abteilungsleiter Tourismus / Stellv. Geschäftsführer

Situations- und Bestandsanalyse

Aufgrund seiner Lage im Nordwesten Deutschlands und der guten Anbindung an das Straßennetz, hat das Oldenburger Münsterland ein bevölkerungsreiches Einzugsgebiet und profitiert von der Nähe zu umliegenden Großstädten und Agglomerationen. So ist die Region insbesondere für Tagestouristen und Kurzreisende gut erreichbar. Der Öffentliche Personenverkehr (ÖPV) ist jedoch ausbaufähig. Eine Anbindung an den DB-Fernverkehr fehlt. Die Busverbindungen, die durch das Mobilitätssystem moobil+ ergänzt werden, bieten einen innovativen Ansatz und können insbesondere aus touristischer Sicht weiter ausgebaut werden.

Das touristische Angebot im Oldenburger Münsterland zeichnet sich durch seine Vielseitigkeit aus. Die verschiedenen Erholungsgebiete und die Ausflugsregion bieten eine Vielzahl von Landschaften und Topografien und ermöglichen den Besuchern eine breite Palette an Aktivitäten. Radfahrer profitieren von einem gut ausgebauten Radwegenetz, Wanderer von Wanderwegen, die stetig verbessert werden. Die Freizeit-Infrastruktur konzentriert sich auf Outdoor-Aktivitäten. Die regionale Kulturgeschichte wird durch eine reiche Museumslandschaft repräsentiert, wobei das Museumsdorf Cloppenburg als ein herausragendes Angebot mit überregionaler Strahlkraft hervorsticht. Die Landwirtschaft und die regionalen Produkte spielen eine zentrale Rolle. Diese werden touristisch inszeniert und ziehen Besucher in die Region. Das Angebot, die landwirtschaftlichen Erzeuger mit der Boxenstopp-Route zu verbinden und zu vermarkten, wird aktuell vernachlässigt. Es bedarf einer Neuaufstellung und Sicherstellung eines langfristigen Pflegemanagements sowie einer professionellen Vermarktung.

Das Oldenburger Münsterland ist mit Herausforderungen im Bereich der Einkehrmöglichkeiten und Verpflegungsangebote konfrontiert. Es mangelt teilweise an attraktiven Optionen

entlang der touristischen Wege. Eine stärkere Vernetzung und thematische Verknüpfung der Gastronomieangebote und Erzeuger auf Basis bestehender Ansätze (Straße der Ernährung, Boxenstopp-Route) bietet sich an. Das Beherbergungsangebot hat sich nach der Coronapandemie schnell wieder erholt und entwickelt sich positiv. Neben den offiziell erfassten Betrieben gibt es eine Vielzahl von Privatvermietern und Ferienwohnungen mit weniger als zehn Betten. Die Beherbergungen werden von den Gästen überdurchschnittlich positiv bewertet und sprechen für die hohe Qualität in der Region. Diese hohen Standards zeigen sich zum Teil auch in den Zertifizierungen. Im Bereich der Nachhaltigkeit besteht im Oldenburger Münsterland hingegen Verbesserungspotenzial.

Die touristische Nachfrage im Oldenburger Münsterland hat sich bis zur Coronakrise sehr positiv entwickelt, brach dann trotz der Pandemie nur geringfügig ein und erholte sich schnell wieder. Bereits 2022 war ein Höchstwert an Übernachtungen zu verzeichnen, der 2023 nochmals deutlich auf über 907.000 gewerbliche Übernachtungen angestiegen ist. Verglichen mit anderen Regionen in Niedersachsen und den vorhandenen Potenzialen für Kurzreisen hat der Übernachtungstourismus aber insgesamt einen eher geringen Stellenwert.

Das Oldenburger Münsterland zeigt einen einheitlichen und einladenden Marktauftritt mit hohem Wiedererkennungswert. Sowohl die Webseite als auch die Social-Media-Kanäle sind aktuell, informativ und modern. Die Erholungsgebiete und die Ausflugsregion sind in ihrem Auftritt mit der Dachmarke abgestimmt, die beiden Internetauftritte sind miteinander verlinkt. Das Oldenburger Münsterland verfügt über keine eigene Buchungsplattform, vielmehr liegt der Fokus in der Präsentation der Region. Hierfür wird der Marktauftritt durch Digitalisierungsansätze wie die OM-App ergänzt.

Tabelle 1:

Ausgewählte Kennzahlen und Orientierungswerte für wettbewerbsfähige regionale Destinationsmanagementorganisationen

Kriterien	Kennzahl	Orientierungswerte
Marktstärke	gewerbliche Übernachtungen	> 1.000.000 bis > 2.500.000
	gewerbliche Betten	> 10.000 bis > 20.000
Managementstärke	Gesamtbudget	mindestens 1,0 bis 1,5 Mio. €
	Marketingbudget	30 % bis 40 % vom Gesamtbudget
	Anzahl Vollbeschäftigte	mindestens 3 bis > 8

Quelle: eigene Zusammenstellung auf Basis Tourismuskonzeption Baden-Württemberg 2019, Tourismusstrategie Sachsen 2025 (2019), Die Zukunft des Destinationsmanagements im Land Brandenburg 2018

Im Hinblick auf den Tourismus ist das Oldenburger Münsterland gut strukturiert. Defizite aufseiten der Städte und Gemeinden werden durch die interkommunale Zusammenarbeit auf Ebene der vier Erholungsgebiete und der Ausflugsregion ausgeglichen. Die Erholungsgebiete und die Ausflugsregion unterscheiden sich hinsichtlich der Arbeitsschwerpunkte sowie der finanziellen und personellen Ausstattung teilweise erheblich. Zum Teil ist die Ausstattung nicht ausreichend, so fehlen beispielsweise Ressourcen für die Übernahme neuer Aufgaben auf Ebene der vier Erholungsgebiete und der Ausflugsregion. Vorbildhaft sind die regional einheitlich abgestimmten und wiedererkennbaren Corpo-

rate Designs aller vier Erholungsgebiete und der Ausflugsregion. Damit ist die inhaltliche Basis für ein einheitliches Destinationsmarketing auf Ebene der Reiseregion Oldenburger Münsterland gegeben, wenngleich gerade die schwach ausgestatteten Erholungsgebiete und die Ausflugsregion ihren Mitteleinsatz erhöhen sollten. Der Verbund Oldenburger Münsterland hat in den letzten Jahren für eine erste Bündelung der Aktivitäten der Erholungsgebiete gesorgt, ist aber für weitere Schritte, gerade im überregionalen Marketing und im bundesweiten Vergleich (siehe Tabelle 1), nicht ausreichend ausgestattet bzw. die interkommunalen Mittel werden hier noch nicht ausreichend gebündelt.

Ziele und Strategien

Auf Basis der Analysen lautet das mit den regionalen Akteuren in Workshops abgestimmte **Kernziel**, an dem sich die zukünftige touristische Entwicklung und das Management des

Oldenburger Münsterlandes und der Erholungsgebiete und Ausflugsregion, Landkreise, Städte und Gemeinden orientieren soll:

Systematisch abgestimmte und zukunftsorientierte Entwicklung eines hochwertigen und verträglichen Tourismus im Oldenburger Münsterland

Das Kernziel betont damit die bewusst gemeinsam getroffene Entscheidung, den Tourismus qualitativ und gleichzeitig verträglich im Oldenburger Münsterland und seinen Erholungsgebieten und der Ausflugsregion weiterzuentwickeln. Für eine systematisch abgestimmte und zukunftsorientierte Entwicklung des Tourismus sind **drei Voraussetzungen** von zentraler Bedeutung:

- 1 Zunächst gilt es, mithilfe des Destinationsmanagements im Verbund und in den Erholungsgebieten und der Ausflugsregion das **Bewusstsein für den Tourismus** bei allen Akteuren im Oldenburger Münsterland zu schärfen. Politik, Verwaltung, Wirtschaft, Kultur sowie die Bürger müssen den Tourismus als wichtige Branche der Region wertschätzen.
- 2 Für eine systematisch abgestimmte Tourismusentwicklung sind **funktionierende und eingespielte Organisationsstrukturen** von zentraler Bedeutung. Daher gilt es, die vorhandenen Strukturen im Verbund sowie in den Erholungsgebieten und der Ausflugsregion und den Landkreisen langfristig nicht nur zu sichern, sondern mit den notwendigen Ressourcen zu stärken und auszubauen.
- 3 Das Kernziel eines hochwertigen und verträglichen, also **qualitätsorientierten und in allen Dimensionen nachhaltigen Tourismus**, muss als touristisches Selbstverständnis im Sinne einer **touristischen DNA des Oldenburger Münsterlandes** verstanden und sukzessiv mit den Partnern in den Erholungsgebieten und der Ausflugsregion, den Städten und Gemeinden sowie Betrieben implementiert und mit Leben erfüllt werden.

Die folgenden **Teilziele** beschreiben näher, was eine systematisch abgestimmte und zukunftsorientierte Entwicklung eines hochwertigen und verträglichen Tourismus im Oldenburger Münsterland bedeutet:

- Wahrnehmung und Bekanntheit des OM als attraktive (Tourismus-)Region nach innen und außen stärken
- Tourismus- und Gemeinschaftsbewusstsein etablieren
- Wertschöpfung aus dem Tourismus in der Region und bei den Agierenden steigern
- 365-Tage-Destination werden
- Wettbewerbsfähige und resiliente Angebote und Strukturen schaffen
- Anforderungen an eine nachhaltige, klimafreundliche Destination gerecht werden

Um diese Ziele zu erreichen, werden nachfolgende **Strategien** festgelegt:

- Basisinfrastruktur qualitativ und nachhaltig entwickeln
- (Kultur-)Landschaftliche Besonderheiten und kulturelle Identität profilierend herausstellen
- Tourismus- und Standortentwicklung/-marketing integriert denken, Lebens- und Aufenthaltsqualität sichern und entwickeln
- Mutige und selbstbewusste Destinationsentwicklung wagen
- Innovationen und Digitalisierung fördern
- Strukturen der Tourismusförderung optimieren (Zuständigkeiten, Kooperationen, Förderung etc.)
- Agierende gewinnen, (interdisziplinär) vernetzen und an der Tourismusentwicklung beteiligen
- Servicequalität auf allen Ebenen bieten

Handlungsempfehlungen

Unter Berücksichtigung der Analysen sowie der Ziele und Strategien wurden Handlungserfordernisse identifiziert und konkrete Handlungsansätze für die Bereiche „Infrastruktur“ und „Betriebe“, „Angebote, Services“, „Kommunikation und Vermarktung“ und „Organisation, Management“ in Form von Projekten und Maßnahmen entwickelt. Diese Projekte und Maßnahmen können und sollen unter Berücksichtigung der Leistungsfähigkeit und aktuell vorhandener Ressourcen nicht alle zeitgleich angegangen werden. Vielmehr wurden in Abstimmung mit dem Verbund Oldenburger Münsterland, den Erholungsgebieten und der Ausflugsregion sowie den beiden Landkreisen Prioritäten (hoch, mittel, niedrig) samt empfohlener Zeitschiene für die Umsetzung (ab 2025: kurzfristig 1–2 Jahre, mittelfristig 2–5 Jahre und langfristig ≥ 5 Jahre) festgelegt. Zudem wurden Zuständigkeiten und unterstützend einzubindende Akteure bestimmt.

Der Handlungsfahrplan (siehe Tabelle 2) zeigt, dass kurzfristig ein Schwerpunkt auf Projekte und Maßnahmen beim Binnen- und Außenmarketing (Tourismustag OM, Innenmarketingoffensive, Außenmarketingkampagne OM) und im Bereich Infrastruktur (Reattraktivierung der Boxenstopp-Route 2.0 als regionales Highlight-Angebot, Qualitätsoffensive Rad und Wandern) gelegt wird. Diesen Projekten wird auch eine besonders hohe Priorität eingeräumt.

Die Querschnittsaufgaben Klimaanpassung/Nachhaltigkeit und Regionalität wirken in alle Bereiche der Destinationsentwicklung und -vermarktung des OM und seiner Erholungsgebiete und der Ausflugsregion mit ihren Kreisen, Städten und Gemeinden hinein. Besonders der Nachhaltigkeitsbezug mit dem Schwerpunkt Klimaanpassung ist bei allen Projekten und Maßnahmen wichtig, um sicherzustellen, dass zukünftig der Tourismus im Oldenburger Münsterland umwelt- und sozialverträglicher entwickelt wird und Einheimische und Gäste

dadurch von einer höheren Lebens- und Aufenthaltsqualität profitieren. Die niedersachsenweiten und regionalspezifischen Empfehlungen des landesweiten Projektes „Klima anpacken in Niedersachsen“ bilden hier den Rahmen und sind bei der weiteren Ausarbeitung der Projekte zu berücksichtigen. Damit wird auch ökonomische Nachhaltigkeit durch höhere Wertschöpfung gesichert.

Die inhaltliche und organisatorische Zusammenarbeit im Tourismus im Oldenburger Münsterland zwischen dem Verbund, den Erholungsgebieten und der Ausflugsregion, den Landkreisen sowie den Städten und Gemeinden unter Einbindung der Tourismuswirtschaft und weiterer Partner funktioniert gut. Es besteht kein Grund, die Aufgabenteilung zu verändern, wenngleich teilweise weiterhin für Tourismus zuständige Ansprechpartner in den lokalen Verwaltungen fehlen, was insbesondere die Arbeit in den Erholungsgebieten und der Ausflugsregion erschwert. Daneben wäre es wünschenswert, den Vertrieb touristischer Produkte und Angebote auf OM-Ebene zu bündeln, was durch die zunehmende Digitalisierung in Zukunft einfacher werden wird. Bei der konkreten Umsetzung gebündelter Vertriebsaktivitäten für buchbare Produkte im Oldenburger Münsterland ist zu prüfen, inwieweit auf vorhandene Vertriebskompetenz in den Erholungsgebieten (insbesondere im Hasetal) und der Ausflugsregion zurückgegriffen werden kann. Die gewachsenen spezifischen Kompetenzen einzelner Organisationen in den Erholungsgebieten und der Ausflugsregion gilt es zukünftig stärker für gemeinsame touristische Aufgaben, Projekte und Aktivitäten im gesamten Oldenburger Münsterland zu nutzen, z. B. beim Thema Wandern im Erholungsgebiet Dammer Berger oder Infrastrukturentwicklung und -management im Erholungsgebiet Thülsfelder Talsperre.

Tabelle 2:

Touristischer Handlungsfahrplan im Oldenburger Münsterland

Maßnahmen	Priorität	Zeithorizont
A. Infrastruktur		
A1: Zukunftskonzept Boxenstopp-Route 2.0	+++	kurzfristig
A2: Ausbau und Vernetzung multimodaler, nachhaltiger Mobilitätsangebote	+	mittel-, langfristig
A3: Qualitätsoffensive Rad und Wandern	+++	kurzfristig
A4: Zukunftskonzept Wassertourismus	+	mittel-, langfristig
B. Betriebe		
B1: Qualitätsoffensive Betriebe/Gastgewerbe	++	kurz-, mittel-, langfristig
B2: Digitalisierungsoffensive KMU	+	mittel-, langfristig
B3: Besondere Übernachtungsformen	++	mittel-, langfristig
C. Angebote, Services		
C1: Ausbau saisonunabhängiger Angebote	++	mittel-, langfristig
C2: Innovative Produktwerkstätten/Arbeitskreis neue Impulse	++	mittelfristig
C3: (Touristische) Betriebsführungen	+	langfristig
C4: Regionale Produkte Oldenburger Münsterland	++	mittel-, langfristig
C5: Schaufensterangebote der Erholungsgebiete und Ausflugsregion sowie Pakete	+	mittel-, langfristig
D. Binnenkommunikation, Außenkommunikation und Vermarktung		
D1.1: Innenmarketingoffensive	+++	kurz-, mittel-, langfristig
D1.2: Tourismustag OM	+++	kurzfristig
D1.3: Marketingoffensive Fach- und Arbeitskräfte	+++	kurz-, mittelfristig
D2.1: OM-Außenmarketingkampagne zu ausgewählten Profilierungsthemen	++	kurz-, mittel-, langfristig
D2.2: Marketing- und Digitalisierungsinitiative	++	mittel-, langfristig
D2.3: Kennzahlen, Marktforschung	+++	kurz-, mittel-, langfristig

Lesehinweis: +++ = hoch, ++ = mittel, + = niedrig; kurzfristig 2025–2027, mittelfristig 2028–2030, langfristig 2030+

Die bestehenden touristischen Organisationsstrukturen sollten deshalb grundsätzlich beibehalten und vor allem in folgender Hinsicht weiterentwickelt werden:

- **Ausweitung und Fokussierung der Arbeit des Verbundes Oldenburger Münsterland auf zentrale Aktivitäten wie**

- **überregionale Vermarktung und Kommunikation** für abgestimmte Kampagnen nach außen, aktivierendes überregionales Marketing, gemeinsame Entwicklung digitaler Kommunikations- und Vertriebsstrukturen, Marktforschung
- **koordinierende Bearbeitung von Querschnittsthemen** wie Innovationsmanagement (insbesondere im Bereich Digitalisierung und Qualität) und Nachhaltigkeit (z. B. regionsweite Umsetzung des landesweiten Projektes Klimawandel)
- **Stärkung der Kompetenz im Bereich Fördermittelakquise** für vorbild-/modellhafte und/oder verbundweite touristische Projekte in Abstimmung mit den für Fördermittelakquise zuständigen Wirtschaftsförderungen der Landkreise und den Erholungsgebieten und der Ausflugsregion, z. B. ADFC Radregion, digitales Infrastrukturmanagement, Nutzung von Landesprojekten in Zusammenarbeit mit anderen Reiseregionen und der TMN

- **Dauerhafte Sicherstellung und Stärkung der vorbildhaften touristischen interkommunalen Organisationsstrukturen in den Erholungsgebieten und der Ausflugsregion**

durch die Städte und Gemeinden sowie Landkreise, um die Kräfte auf der lokalen Ebene interkommunal zu bündeln. Die Erholungsgebiete und die Ausflugsregion bleiben mit ihren Tourist-Informationen zentrale Partner für die Gästeinformation vor Ort (Urlauber-, Stamm- und Tagesgäste) und beraten mit ihrem touristischen Know-how die Anbieter sowie Leistungsträger vor Ort. Dazu gehören die Angebotsentwicklung von Schaufenster-

produkten (Rad, (Kultur-)Landschaftserlebnis) zu den vorgeschlagenen Profiltiteln und Zielgruppen und die Bündelung der Informationen für die gemeinsame und abgestimmte Außendarstellung (online, offline im Sinne eines informierenden Marketings sowie im regionalen Umfeld). Hierfür benötigen die Erholungsgebiete und die Ausflugsregion seitens der Städte und Gemeinden verlässliche, langfristige Unterstützung, und zwar insbesondere durch:

- **Bereitstellung notwendiger Ressourcen** (personell und finanziell), um die in diesem Konzept vorgeschlagenen Maßnahmen und Projekte zügig und konsequent umzusetzen
- **Ansprechpersonen in allen Verwaltungen der Städte und Gemeinden**, die mit mindestens 0,2 bis 0,3 Stellenanteil dauerhaft touristische Aufgaben übernehmen und zusammen mit den Erholungsgebieten und der Ausflugsregion den Tourismus in ihrer Stadt oder Gemeinde systematisch und kontinuierlich weiterentwickeln. Soweit dies in den einzelnen Städten und Gemeinden noch nicht gegeben ist, sollten die jeweiligen Erholungsgebiete und die Ausflugsregion mit Unterstützung der betreffenden Landkreise und dem Verbund Oldenburger Münsterland auf die Benennung entsprechender Ansprechpersonen hinwirken
- **touristische Arbeitskreise in den Erholungsgebieten und der Ausflugsregion** (so weit noch nicht erfolgt) analog zum Tourismusausschuss auf Ebene des Oldenburger Münsterlandes, um abgestimmt und kontinuierlich den Tourismus vor Ort fortzuentwickeln

Die beiden **Landkreise** Vechta und Cloppenburg sollten sich weiter auf die Entwicklung und das Management der kreisweit vernetzenden Infrastruktur – also die touristischen Routen samt besucherlenkenden Maßnahmen – konzentrieren. Weil die beiden Landkreise für Planung,

Bau und Unterhalt von Wegen zuständig sind, könnte hier zukünftig das touristische Qualitätsmanagement im Bereich Infrastruktur liegen, auch um das zentrale Projekt Qualitätsoffensive Rad und Wandern nachhaltig umzusetzen. Die beiden Landkreise Vechta und Cloppenburg bleiben zudem koordinierende und unterstützende Partner der interkommunalen Erholungsgebiete und der Ausflugsregion sowie der damit vernetzten Städte und Gemeinden für die Infrastrukturentwicklung, die Fördermittelakquise und Lobbyarbeit in den jeweiligen Gremien der Kreispolitik. Der Tourismus ist in den Wirtschaftsförderungen der Landkreise angesiedelt. Beide Landkreise Vechta und Cloppenburg nehmen im Verbund Oldenburger Münsterland eine koordinierende und impulsgebende Rolle ein und stellen dadurch die zunehmende Bedeutung des Tourismus als imageprägende, bekanntheits- und lebensqualitätsfördernde Branche für das Oldenburger Münsterland im Kontext des gesamten regionalen Standortmarketings und einer integrierten Regionalentwicklung sicher.

Um die Grundlage der Orientierungswerte für regionale Destinationsmanagementorganisationen (siehe Tabelle 1) und die in diesem Entwicklungskonzept erarbeiteten Ziele mit den entwickelten Projekten und Maßnahmen zu erreichen, werden im Oldenburger Münsterland sowohl beim Verbund als auch in den Erholungsgebieten und der Ausflugsregion sowie in den Landkreisen, Städten und Gemeinden zusätzliche Ressourcen benötigt. Ohne eine Aufstockung ist weder in finanzieller noch in personeller Hinsicht eine Umsetzung der Projekte möglich. Es muss sichergestellt werden, dass (soweit noch nicht vorhanden) in allen Verwaltungen der Städte und Gemeinden Ansprechpartner für touristische Belange zur Verfügung stehen. Daneben besteht auf Ebene des **Verbundes Oldenburger Münsterland sowie der beiden Landkreise, der vier Erholungsgebiete und Ausflugsregion** ein **zusätzlicher Bedarf von insgesamt fünf bis sieben Stellen**, um die vorgeschlagenen Projekte

dauerhaft und nachhaltig umzusetzen. Der genaue zusätzliche Finanzierungsaufwand für die Projekte ist aus heutiger Sicht nur schwer zu beziffern. Viele Aufgaben können mit mehr Personal im laufenden Betrieb mit nur geringer Erhöhung von Sachmitteln erfolgen. Zudem sind projektbezogene Förderungen möglich, sodass „nur“ Eigenmittel in Abhängigkeit der jeweils möglichen Förderquoten anfallen. Deutlich erhöht werden muss jedoch das Marketingbudget, um auch überregional eine größere Reichweite zu erzielen. Im Einzelnen wird empfohlen:

- Die Ressourcen auf **OM-Ebene** müssen dauerhaft angepasst werden für die Bereiche Kommunikation und Marketing, z. B. für temporäre Kampagnen und dauerhaftes Außenmarketing, Digitalisierung, Binnenmarketing und Marktforschung sowie zusätzliche koordinierende und steuernde Aktivitäten im Bereich Produkt- und Infrastrukturentwicklung. Mit aktuell zwei Vollzeitstellen und einem hohen fünfstelligen Budget für den Bereich Tourismus sind beim Verbund Oldenburger Münsterland keine zusätzlichen Aufgaben leistbar. Entsprechend wird hier zunächst ein Personalbedarf von zusätzlich **zwei Vollzeitstellen** gesehen. Langfristig ist anzustreben, die finanziellen Ressourcen auf OM-Ebene sukzessive zu erhöhen. Geht man von einem Maß für leistungsfähige regionale Destinationsmanagementorganisationen aus, sollte aus heutiger Sicht ein dauerhaftes Marketing- und Kommunikationsbudget von mindestens 300.000 € pro Jahr anvisiert werden. Das entspricht weniger als 1,00 € pro Einwohner, die als Bürger und Tagestouristen ebenfalls von Aktivitäten im Tourismus profitieren. Temporär sollten für Kampagnen jährliche Mittel in hoher sechs- bis niedriger siebenstelliger Höhe pro Jahr bei Wirtschaft und öffentlicher Hand generiert werden. Für die integrierte Binnen- und Außenmarketingkampagne wird ein Zeitraum von mindestens drei Jahren angeraten. Im Anschluss sollte das Marketingbudget in etwa auf dem oben empfohlenen Niveau liegen.

- Um die Qualitätsoffensive Rad und Wandern nachhaltig im Oldenburger Münsterland zu verankern, ist – wie in anderen Regionen auch (z. B. Osnabrücker Land, Bergisches Land) – die Etablierung eines professionellen touristischen **Infrastrukturmanagements** für touristische Routen mit **zwei Vollzeitstellen für Rad und Wandern** (je eine Stelle) notwendig. Davon profitieren nicht nur Gäste von außerhalb, sondern ebenso die Menschen in der Region. Dieses Projekt ist also auch für die Daseinsfürsorge wichtig. Die beiden Stellen könnten entweder beim Verbund Oldenburger Münsterland oder bei den Landkreisen angesiedelt werden. Wegen der Zuständigkeit für Planung, Bau und Unterhalt von Rad- und Wanderwegen wird aber empfohlen, das touristische Infrastrukturmanagement im Bereich touristischer Routen bei den Landkreisen zu verankern und eng miteinander zu verzahnen.
- Die Ressourcenausstattung der im Oldenburger Münsterland flächendeckend agierenden interkommunalen Erholungsgebiete und Ausflugsregion ist ebenfalls anzupassen. Es wird insgesamt ein Bedarf von zwei bis drei Vollzeitstellen gesehen, wobei eine pauschale Empfehlung pro Organisationseinheit – aufgrund der recht unterschiedlichen Ausstattung mit Finanzen und Personal bei teilweise sehr unterschiedlichen Aufgabenfeldern – wenig sinnvoll erscheint. Um adäquate und tragfähige Lösungen zu finden, wird empfohlen, bedarfsweise vertiefende Organisationskonzepte zu erarbeiten, deren Fokus darauf liegt, Empfehlungen zur zukünftigen Ressourcenausstattung in den Erholungsgebieten und der Ausflugsregion zu erstellen. Darin sollten auch die touristischen Arbeits- und Organisationsstrukturen in den Städten und Ge-

meinden analysiert und standortspezifische Empfehlungen zur Mindestausstattung der touristischen Aufgabenbewältigung gegeben werden. An dieser Stelle sei nochmals auf das weiter oben definierte Maß von mindestens 0,2 bis 0,3 Stellenanteil für freizeitbezogene und touristische Aufgaben in allen Verwaltungen der Städte und Gemeinden verwiesen.

Es wird empfohlen, die zentralen Ergebnisse des „Regionalen touristischen Entwicklungskonzeptes für die Reiseregion Oldenburger Münsterland sowie ihre Erholungsgebiete und Ausflugsregion“ ab Winter 2024/25 im Vorstand des Verbundes Oldenburger Münsterland, in den zuständigen Gremien der Erholungsgebiete und der Ausflugsregion sowie den beiden HVB-Runden vorzustellen. Für die weitere Umsetzung ist es wichtig, sämtliche Akteure umfassend zu informieren. Daher sollten die Geschäftsführungen der Erholungsgebiete und der Ausflugsregion sowie der Verbund Oldenburger Münsterland ab Winter 2024/25 wichtige Meinungsbildner in den Landkreisen, Städten und Gemeinden (Politik, Verwaltung, Leistungsträger und Anbieter u. a.) im Rahmen persönlicher Präsentationen und Informationsveranstaltungen in den Erholungsgebieten bzw. der Ausflugsregion vertiefend informieren. Zudem bietet der OM-Tourismustag die Möglichkeit, das Konzept der breiten touristischen Fachöffentlichkeit vorzustellen und dadurch auch eine hohe mediale Verbreitung im gesamten Oldenburger Münsterland zu erreichen.



AUFTRAGGEBER:

Verbund Oldenburger Münsterland e.V.
Arbeitskreis Tourismus
Johannes Knuck
Abteilungsleiter Tourismus / Stellv. Geschäftsführer
Diekmanns Esch 13
49377 Vechta



ERARBEITET DURCH:

ift Freizeit- und Tourismusberatung GmbH
Goltsteinstraße 87a
50968 Köln
Tel (02 21) 98 54 95 01
info@ift-consulting.de
www.ift-consulting.de

Christian Rast, Mitglied der Geschäftsleitung
Louisa Wolf-Gorny, Consultant

Köln, 30.11.2024

BESUCHEN SIE UNS AUF UNSERER WEBSITE WWW.OLDENBURGER-MUENSTERLAND.DE