

Erholungsgebiete ziehen an einem Strang

Einheitlicher Außenauftritt soll die Bedeutung des Tourismus unterstreichen

Vechta. Das Oldenburger Münsterland wird bei Reisenden zunehmend beliebter. Eindrucksvoll haben das zuletzt die Zahlen des Sparkassen-Tourismusbarometers belegt. Danach folgt die Region in der Liste der Reiseziele, die von ihren Gästen besonders positiv bewertet werden, hinter vier bayerischen Destinationen auf dem fünften Platz. „Das freut uns sehr“, sagt Johann Wimberg, Präsident des Verbunds Oldenburger Münsterland und Landrat des Kreises Cloppenburg. „Aber wir dürfen uns auf diesem Erfolg nicht ausruhen, sondern müssen die nächsten Schritte gehen.“

Einen solchen, sogar einen ziemlich großen, verspricht die jetzt verkündete Vereinheitlichung des Außenauftritts der fünf Erholungsgebiete (Barßel-Saterland, Thülsfelder Talsperre, Nordkreis Vechta, Dammer Berge, Hasetal). Sie präsentieren sich fortan in einem gemeinsamen Design und sind damit eindeutig als Regionen erkennbar, die zum Oldenburger Münsterland gehören. „Das ist ein echter Meilenstein, denn die stärkere Abstimmung der Akteure hatte schon 2014 Professor Kirstges in der Image- und Markenstudie nachdrücklich angemahnt“, erläutert Herbert Winkel, Landrat des Kreises Vechta. Nun sei man in dieser Hinsicht für die Zukunft sehr gut präpariert.

Von großer Bedeutung ist für alle Beteiligten, dass die Eigenständigkeit der Erholungsgebiete auch weiterhin gewahrt und sogar betont wird.

„Selbstverständlich bleibt diese erhalten“, bekräftigt

Verbandsgeschäftsführer Jan Kreienborg. Die Erfahrung zeige aber, dass die Größe einer Region im harten Wettbewerb der Reiseziele eine entscheidende Rolle spiele. Gerade angesichts der Budgets, die anderen Destinationen zur Verfügung stehen, sei es „wichtig zu kooperieren und gemeinsam an einem Strang zu ziehen“. Die Voraussetzungen dafür seien nun geschaffen worden.

Wimberg, Winkel und Kreienborg unterstreichen unisono die große und imagefördernde Bedeutung des Tourismus für die weitere Entwicklung der Region – gerade, wenn es darum gehe, auswärtige Fachkräfte zu gewinnen. Darin sehen sie nach wie vor eine zentrale Aufgabe dieser Tage.

Rückendeckung bekommen sie von Boris Niemann, dem Geschäftsführer der vom Verbund beauftragten Oldenburger Kommunikationsagentur Stockwerk2: „Der Tourismus ist in dieser Hinsicht längst zu einem wesentlichen Faktor geworden“, bestätigt er. Er biete exzellente Chancen, um die Menschen von den Vorzügen einer Region zu überzeugen und möglicherweise vorhandene Vorurteile abzubauen. Um sich in diesem Bereich wie gewünscht als Marke zu profilieren, gebe es keine Alternative zum jetzigen Vorgehen. „Einzelkämpfer haben heute keine Chance mehr.“ Im Übrigen sei der Weg noch nicht zuende: Schon bald sollen alle Regionen beispielsweise Zugriff auf einen gemeinsamen Veranstaltungskalender erhalten, kündigt Niemann an.

Die Verantwortlichen der fünf Erholungsgebiete hoffen vor allem auf Synergieeffekte. Die sehe sie beispielsweise „im neuen gebündelten Internetauftritt und im Bereich Social Media“, sagt Maria Oloew vom Zweckverband Erholungsgebiet Thülsfelder Talsperre. So ließen sich etwa die Reichweiten und die Präsenz für die Gäste erhöhen. Rundum Vorteile sieht auch Bernd Stolle vom Erholungsgebiet Dammer Berge: „Zum einen wird die Region als Ganzes besser sichtbar als bisher, zum anderen wird unsere Arbeit durch klarere Strukturen so vereinfacht, dass wir uns auf unsere Kernthemen konzentrieren können.“

Gute Voraussetzungen also, um in der Liste der beliebtesten Reiseziele vielleicht noch ein Stückchen weiter nach vorn zu rücken.