

**SPERRVERMERK ZUR VERÖFFENTLICHUNG: 07.11.2019 / 21.30 UHR
DAS FOTO FOLGT BIS 15.30 UHR PER E-MAIL**

Tourismustag des Verbunds Oldenburger Münsterland



Gutes Zeugnis für den Tourismus

„Wir sind auf dem richtigen Weg!“ Mit diesen Worten begrüßte Landrat Johann Wimberg, turnusmäßiger Vize-Präsident des Verbunds Oldenburger Münsterland, am Donnerstag die Vertreter touristischer Leistungsanbieter zum Tourismustag im Museumsdorf Cloppenburg. Das beweise beispielsweise das Tourismus-Barometer der Sparkasse. Darin hatte das Oldenburger Münsterland hinter vier bayerischen Urlaubsregionen einen bemerkenswerten fünften Platz bei der Gästezufriedenheit belegt. „Das sollte uns Ansporn für die kommenden Jahre sein“, so Verbundsvize Johann Wimberg.

Dr. Julia Schulte to Bühne, Direktorin des Museumsdorfs, kam in ihrer Einleitung vor allem auf die Bedeutung der Kultur für den Tourismus zu sprechen. „Viele Gäste zeigen sich überrascht von ihrer Vielfalt und Qualität des Angebots und stellen der Region deshalb nach ihrem Besuch ein gutes Zeugnis aus.“

Als ersten Impulsreferenten hatte Verbundgeschäftsführer Jan Kreienborg Prof. Dr. Torsten Kirstges von der Jade Hochschule eingeladen. Dieser hatte 2014 mit einer Imagestudie für Aufsehen gesorgt. Darin hatte er insbesondere eine deutliche Verbesserung der Kommunikation und des Außenauftritts über die Grenzen der Region hinaus angemahnt. „Ziel muss es sein“, so hieß es damals, „gemeinsam den Kuchen zu vergrößern, bevor man darum konkurriert, ihn untereinander aufzuteilen“.

„Das haben Sie sich offenbar zu Herzen genommen“, erklärte Kirstges nun. Viele Handlungsfelder seien angegangen worden, die fünf Erholungsgebiete agierten nun unter einem Dach und die Print- und Online-Präsenzen seien zeitgemäß. „Zudem sehe ich die Gratwanderung zwischen der Bewahrung von Bewährtem und einer innovativen Neupositionierung als gelungen an.“ Darauf, so Kirstges, lasse sich aufbauen.

Boris Niemann, geschäftsführender Inhaber der Oldenburger Agentur Stockwerk2 und vom Verbund seit drei Jahren mit dem Thema Markenbildung betraut, nahm den Ball gern auf. „Unser Ziel liegt in der Steigerung der Bekanntheit und der Kommunikation der Stärken und Vorzüge der Region unter einer neuen Dachmarke.“ Dabei spiele der Tourismus nicht nur als Imagemultiplikator eine entscheidende Rolle, sondern trägt auch entscheidend zur Wertschöpfung bei.

Nach der Pause wurde es praktisch. Franziska Heiligenpahl vom Kölner Unternehmen DS Destination Solutions berichtete unter dem Titel „Buchen statt suchen“ über neue Möglichkeiten der Online-Vermarktung touristischer Leistungen. Hier gebe es noch große Potenziale, speziell hinsichtlich ganzheitlicher Regionallösungen. Als ein Beispiel führte die Expertin eine vereinfachte und zentralisierte Pflege des UnterkunftsKalenders im Gastgeber-Account an.

Auch bei Volker Kunkel ging es um die Präsentation touristischer Anbieter im Internet. Der Fotograf erläuterte anschaulich, worauf bei der bildlichen Darstellung zu achten ist. „Zwei, drei gute Fotos überzeugen viel eher als eine noch so ausführliche Beschreibung.“ Allerdings sei es dafür wichtig, den eigenen Betrieb richtig in Szene zu setzen. „Ein paar Lichtakzente hier, ein paar Details da und dann noch der passende Ausschnitt – das alles kann schon den Unterschied ausmachen.“ Kunkel appellierte an die Anwesenden, bei den Fotoarbeiten nicht am falschen Ende zu sparen.

Zum Abschluss des Tourismustages lud Dr. Julia Schulte to Bühne die Gäste der Veranstaltung exklusiv zu einer Begehung der Dorf-Diskothek „Zum Sonnenstein“ ein und berichtete aus erster Hand über die Bedeutung dieses Objektes für das Museumsdorf Cloppenburg.

**SPERRVERMERK ZUR VERÖFFENTLICHUNG: 07.11.2019 / 21.30 UHR
DAS FOTO FOLGT BIS 15.30 UHR PER E-MAIL**

Verbundgeschäftsführer Jan Kreienborg zeigte sich abschließend sehr zufrieden mit dem Ablauf der Veranstaltung mit über 100 Gästen. „Kern der Neuausrichtung und Kommunikation ist vor allem auch, die Leistungsträger vor Ort für eine gemeinsame Dachmarke zu sensibilisieren, da diese den direkten Kontakt zu den Gästen pflegen. Diese Entwicklung hat sich in den vergangenen drei Jahren sehr positiv vollzogen und wir sind stolz auf das Erreichte“, lobte Kreienborg die Zusammenarbeit mit den touristischen Leistungsträgern aus den fünf Erholungsgebieten.