Ressort: Reisen

Tourismus Oldenburg zieht eine positive Bilanz

Übernachtungszahlen haben 2018 gestiege

Oldenburg, 13.03.2019, 16:32 Uhr

GDN - Oldenburg ist über die Stadtgrenzen hinaus bekannt für eine schöne Innenstadt mit guten Einkaufsmöglichkeiten, den Grünkohl oder auch Veranstaltungen wie Kramermarkt und Weihnachtsmarkt. In den letzten Jahren sind die Übernachtungszahlen kontinuierlich gestiegen.

377.350 Übernachtungen, das ist die aktuelle Bilanz des Tourismusjahrs 2018 nach Angaben des Landesamts für Statistik Niedersachsen (LSN).
Das Jahr 2017 wies bereits mit 370.500 Übernachtungen den höchsten Wert an Übernachtungen seit Gründung der Oldenburg Tourismus und Marketing GmbH (OTM) im Jahr 2001 auf. Umso beachtenswerter ist, dass diese Zahl jetzt noch einmal um 1,8 Prozent (6.850 Übernachtungen) gestiegen ist.

Auf den Erfolg ruht sich Silke Fennemann, Geschäftsführerin der OTM allerdings nicht aus: “Wir bleiben in Bewegung, um vorwärtszukommen“. Ganz in diesem Sinne hat die OTM eine Reihe von Projekten angestoßen, die dazu beitragen sollen, die Attraktivität der Stadt und den Tourismus als Wirtschaftsfaktor zu erhalten und die OTM fit für die Ansprüche der Zukunft zu machen. “Ausgangspunkt unserer Überlegungen ist die Annahme, dass das touristische Potenzial noch besser ausgeschöpft werden kann. Schon heute erzielt Oldenburg jährlich einen Bruttoumsatz aus Tourismus in Höhe von 370 Mio. Euro (DWIF, 2013), was die Wirtschaftskraft dieses Sektors verdeutlicht.

Eine wichtige Rolle spielt auch der geschäftlich und dienstlich motivierte Tourismus - hier entfaltet Oldenburg als starker Wirtschafts- und Wissenschaftsstandort enorme Magnetwirkung. Durch nationale und internationale Kontakte ist die Stadt mittlerweile ein hoch frequentiertes Geschäftsreiseziel. Davon profitiert natürlich auch das Beherbergungsgewerbe“, erläutert Silke Fennemann.

Im Sommer 2018 ist die Touristinfo in den Lappan und damit ins historische Herz der Stadt umgezogen. Dank dieses Umzugs befindet sich die Informationsstelle in einem Wahrzeichen der Stadt mit einem hohen Identifikationswert, in zentraler Lage und somit am perfekten Standort.

“Nicht nur die persönliche Anlaufstelle soll die Kunden ansprechen, abholen, interessieren und begeistern - sondern auch das gesamte Marketing “šDrumherum“˜. In der Konsequenz bedeutet das, dass wir unsere Aktivitäten verstärkt an Zielgruppen, deren Milieus und Bedürfnissen ausrichten. Es gilt darüber hinaus, unsere Profilthemen und die sich daraus ergebenden Angebote an gesellschaftliche Trends und Strömungen auszurichten. Dazu bauen wir konsequent erstklassigen und authentischen Content auf.

Unser professionelles Endkunden-Marketing mit qualitativ hochwertigen Werbe- und Informationsmaterialien sowie ein zeitgemäßer und attraktiver Internetauftritt mit Direkt-Buchungsmöglichkeiten sind uns enorm wichtig. Eine weitere zentrale Funktion sehe ich in unseren Kooperationen. Tourismus ist ein Querschnitt Thema, ein verbindendes Element zwischen den Menschen, der Wirtschaft und der Kultur. Die OTM hat in den vergangenen Jahren ein enges Netzwerk mit Akteuren aus der Stadtverwaltung, der Wirtschaft, der Kultur und dem Tourismus aufgebaut und sie wird in ihren Bemühungen nicht nachlassen, das Netzwerk weiter auszubauen“, erklärt Silke Fennemann.

Bericht online:
https://www.germandailynews.com/bericht-121519/tourismus-oldenburg-zieht-eine-positive-bilanz.html

Redaktion und Veranwortlichkeit:

V.i.S.d.P. und gem. § 6 MDStV: Dieter Theisen

Haftungsausschluss:
Der Herausgeber übernimmt keine Haftung für die Richtigkeit oder Vollständigkeit der veröffentlichten Meldung, sondern stellt lediglich den Speicherplatz für die Bereitstellung und den Zugriff auf Inhalte Dritter zur Verfügung. Für den Inhalt der Meldung ist der allein jeweilige Autor verantwortlich. Dieter Theisen

Editorial program service of General News Agency:
UPA United Press Agency LTD
483 Green Lanes
UK, London N13NV 4BS
contact (at) unitedpressagency.com
Official Federal Reg. No. 7442619