

**Nachhaltig reisen – mit gutem Gewissen
die schönste Zeit des Jahres genießen**

Das Osnabrücker Land

09. Mai 2023 um 18.00 Uhr

Veranstaltung der Online-Regionalakademie Osnabrück

Referentin: Petra Rosenbach

Geschäftsführerin Tourismusgesellschaft Osnabrücker Land mbH

Handlungsfelder für den Tourismus bis 2030+



Leitlinie: nachhaltiger, verantwortungsvoller Qualitätstourismus

Handlungsfeld 1:
**Marke, Identität
& Regionalität**

Handlungsfeld 2:
**Marketing-
Kommunikation**

Handlungsfeld 3:
**Klimafolgen-
anpassung**

Handlungsfeld 4:
**Zusammen-
arbeit**

Handlungsfeld 5:
**Wissens-
management**

Handlungsfeld 6: Angebots-, Infrastruktur- und Qualitätsmanagement

Profilthema
Radfahren

Profilthema
Wohlfühlen

Profilthema
**Stadterlebnis
Osnabrück**

Profilthema
MICE

Entwicklungs-
thema
Wandern

Handlungsfeld 7: Strategisches Management

Handlungsfeld 3: Klimafolgenanpassung



Ziel: Resiliente Aufstellung des Tourismus im Osnabrücker Land durch systematische, frühzeitig vorausschauende Anpassungen an die Klimawandelfolgen.

Maßnahmen

- ➔ Entwicklung von Anpassungsstrategien und -maßnahmen an den Klimawandel für den Tourismus im Osnabrücker Land anhand der Leitlinien und Hilfestellungen der TMN, insb. hinsichtlich Angebotsgestaltung und Produktmanagement
- ➔ Vernetzung mit bestehenden Initiativen im Osnabrücker Land, in Partnerregionen und auf Landesebene
- ➔ Unterstützung der Partner und Betriebe bei Fragestellungen zum umwelt- und klimafreundlichen Wirtschaften sowie zu Nachhaltigkeitsstrategien und -zertifizierungen über die Maßnahmen und Aktivitäten des TOL Campus.
- ➔ Entwicklung von Kommunikationsstrategien für Krisensituationen in Abstimmung mit der Krisenkommunikation von Stadt und Landkreis Osnabrück.
- ➔ Gästeinformation und -management: Sensibilisierung der Gäste und Einheimischen für einen behutsamen Umgang mit den natürlichen Ressourcen und den Naturlandschaften im Osnabrücker Land

Der Wald!

Profilthemen im Osnabrücker Land

(Stadt und Landkreis Osnabrück)

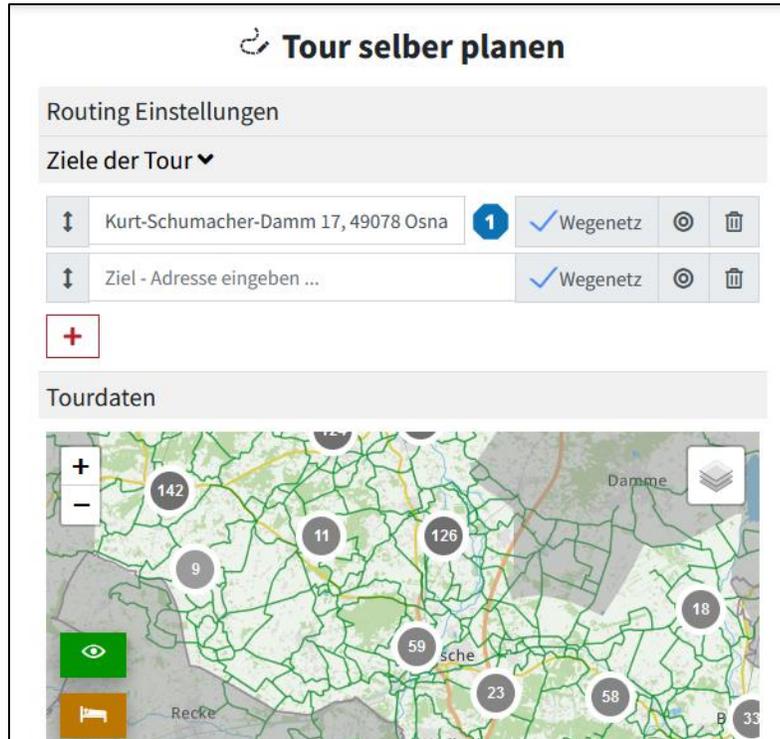


Radfahren

- **2.800 km einheitlich ausgeschilderte Radwege mit 6 Fernradwegen, 6 Mehrtagestouren und 50 Tagestouren**
- **Kontrolliert und gepflegt durch TOL, 2 Radwegewarte und 54 ehrenamtliche Routenpaten**
- **Radkarten, aber auch: GPS-tracks zum Herunterladen auf den gängigen Plattformen**
- **2 Fernradwege mit 4 Sternen vom ADFC (Grenzgängerroute Teuto-Ems und Friedensroute)**
- **2021 laut ADFC-Befragung (12.000 Personen) beliebteste Radregion in Deutschland (mit Emsland und Grafschaft Bentheim)**
- **2022 laut ADFC-Befragung Platz 2 mit 40 Stimmen hinter dem Bodensee**
- **Osnabrück Hbf: größte Radstation Norddeutschland**



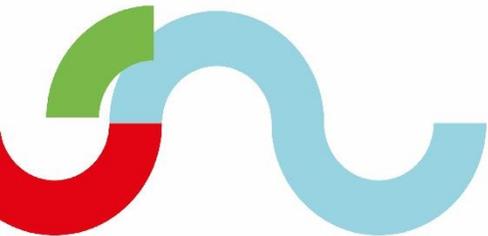
Neuer Routenplaner



- **Radtourenplaner auf Basis der für die Planung des RAVELOS eingesetzten Software von Green Solutions in die Homepage integriert**

Mehr Informationen:

<https://routenplaner.osnabruecker-land.de>

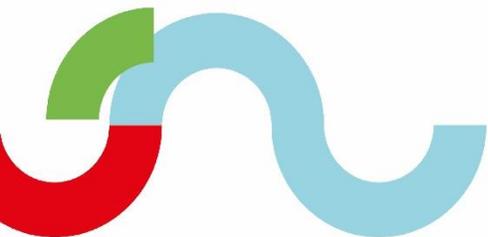


Naturtrip App

- Die kostenlose Web-App bietet dem User komfortabel erreichbare Ausflugsziele, Rad- und Wandertouren mit Bus und Bahn
- Schnittstelle zur destination.one und ÖPNV
- Projekt der TMN in Zusammenarbeit mit der TOL

Mehr Informationen:

<https://naturtrip-niedersachsen.de/>



Profilthemen im Osnabrücker Land (Stadt und Landkreis Osnabrück)



Wandern über den Natur- und UNESCO Geopark TERRA.vita

- 1.200 km einheitlich ausgeschilderte Wanderwege TERRA.tracks, rd. 80 Wege, darunter 3 Fernwanderwegen, 3 Ankerwegen und Tageswanderungen / -spaziergängen
- Kontrolliert und gepflegt durch TERRA.vita in Kooperation mit den Orten sowie den Heimat- und Wandervereinen vor Ort
- Wanderkarten, Flyer, Wegetracks zum Herunterladen auf den gängigen Plattformen



Wohlfühlen – Gesundheit/Wellness



- 4 Kurorte / Heilbäder (Bad Essen (**Citta Slow!**), Bad Iburg, Bad Laer und Bad Rothenfelde)
- Grüne Oasen und Heilmittel (Sole und Kneipp)
- Kliniken und Reha-Einrichtungen
- Spaßbäder, Thermen, Wellnesslandschaften
- Waldbaden

- ♥ Entschleunigen
- ♥ Resilienz stärken
- ♥ Durchatmen
- ♥ Bewegung in der Natur
- ♥ Gesundheit stärken

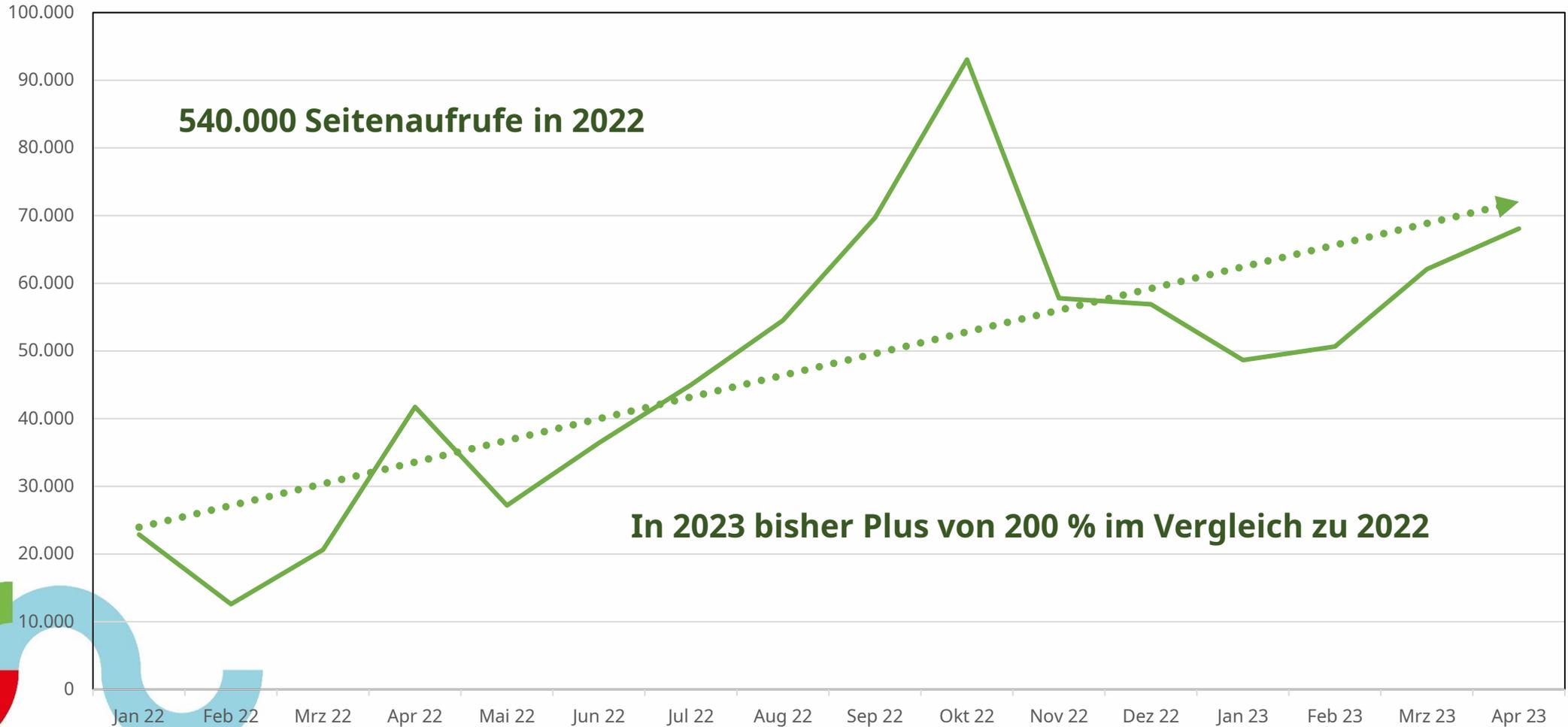
Fair Trade



Marketingaktivitäten der TOL

- **Print:** Broschüren, Flyer, Anzeigen/Advertorials, Presstexte, Fotos, Pressemeldungen, Plakatkampagnen, Postkarten, Roll ups und Displays / Distribution... ▼ ▼ ▼
- **Online:** Internetseiten, Social Media, Contenterstellung, Plattformen Dritter (TMN, GodG, Outdooractive, Komoot...), Infostelen... ▲ ▲ ▲
- **Kooperationen:** TERRA.vita (Wandern, Naturerlebnis), mO., Kurorte und Spaßbäder/Thermen (Wohlfühlen), Radrouten (IG Grenzgängerroute Teuto-Ems und Friedensroute), Stadterlebnis (Historic Highlights of Germany, aboutcities, Hanse), Nachbarregionen (GodG (NL), GEO / Hasetal, Tecklenburger Land), TMN und DZT (NL)... **Synergien heben, vernetzt denken und handeln!**
- **TOOLS (Werkzeugkasten):** destination.one, Bildarchiv Canto, **OS-Kalender...**

Zugriffszahlen OSkalender



Veränderungen im Marketing

Zielgruppe

- ▶ **Erlebnisqualität** für die Tages- und Übernachtungsgäste
- ▶ **Lebensqualität** für die Bürgerinnen und Bürger = neue, große Zielgruppe!

Tourismus steht für wichtige Faktoren im Standortmarketing,
nämlich **die weichen Standortfaktoren**

Themen

- **Nachhaltigkeit** (Klimaschutz und -anpassung, Regionalität (Produkte, Produzenten), Label – aber kein Greenwashing)
 - TOL: Projekt mit den aboutcities „17 Städte, 17 Lösungen“ / eigene Zertifizierung des Unternehmens / Zertifizierung OSL als nachhaltige Reiseregion (TourCert)
 - Kein Projekt, sondern ein Managementprozess!**
- **Arbeitskräftemangel** (Marketing, AK aus dem Ausland, Begleitung/Schulung, Digitalisierung, neue Arbeitszeitmodelle)
- **Digitalisierung** (fehlende Arbeitskräfte ersetzen, Service und Infos entlang der Customer Journey)
- **Mobilität** (ÖPNV ausbauen, Bus – Bahn – Rad – E-Auto vernetzen)

Veränderungen im Marketing

Werte

Gesundheit, Freiheit, Familie

- **Regenerativ leben (Gesunder Lifestyle, Prävention)**
- **Gemeinschaft wagen (gemeinsame Erlebnisse, Events, Co-Working)**
- **Einengendes Loslassen (z.B. feste Arbeits-/Anwesenheitszeiten)**

Trends bzw. dauerhafte Entwicklungen

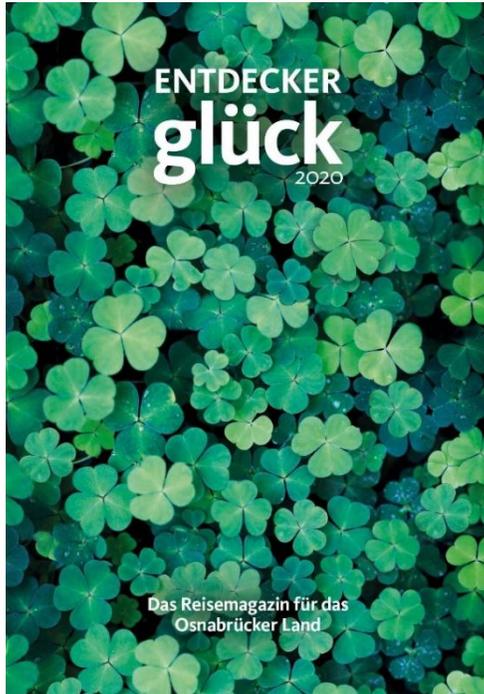
Sicherheit und Individualität (Camping, Ferienwohnung, kleinere Hotels)

Entschleunigung und Intensivierung (Urlaub mit Sinn, Regionalität, Authentizität)

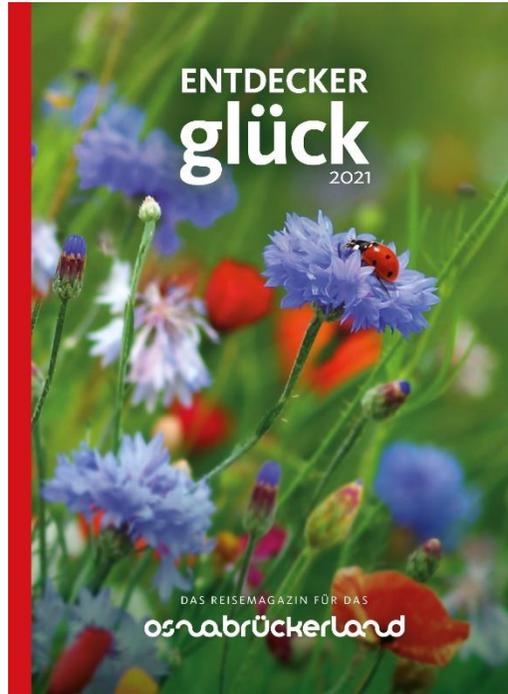
Verschmelzung der Lebensbereiche (Workation = Working & Vacation)

Digitalisierung entlang der Customer Journey (Komfort für den Gast, Bekämpfung Arbeitskräftemangel) (KI)

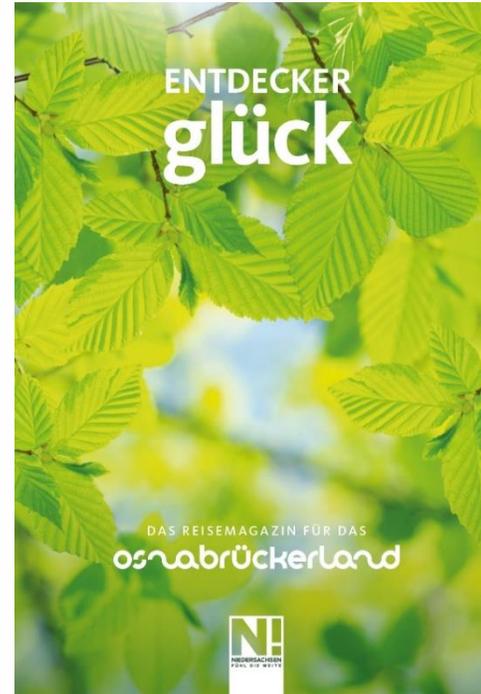
Reisemagazin (Entdeckerglück)



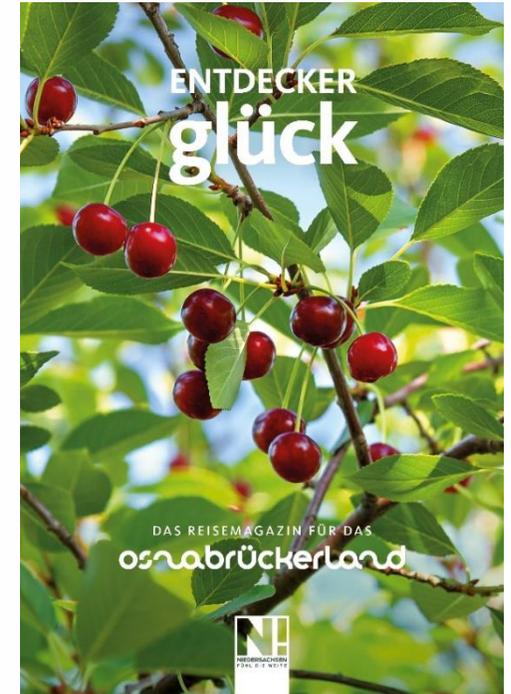
2020



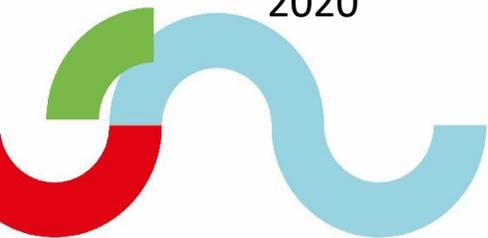
2021



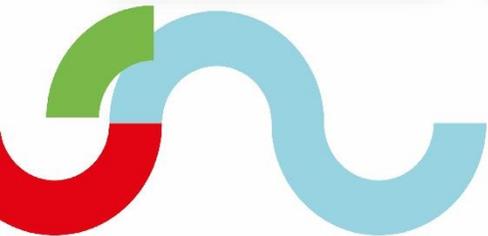
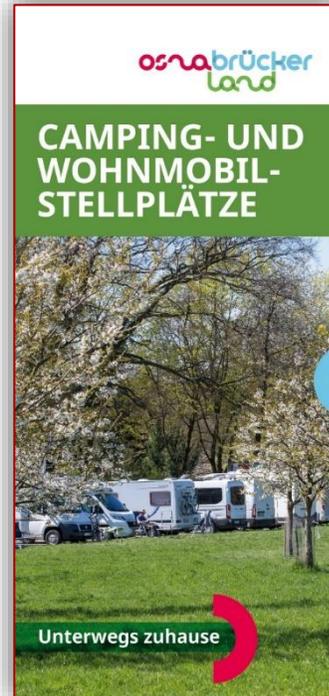
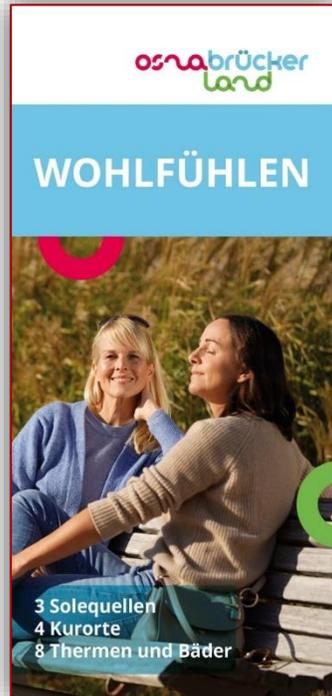
2022



2023



Broschüren-/Flyerfamilie



TOL-Kampagnenlook

GANZ ENTSPANNT.

Die Urlaubsregion Osnabrücker Land bietet alles, was einen erholsamen Urlaub in Deutschland ausmacht. 4 Kurorte. 8 Wellness-Welten. 3 Solequellen. Genug frische Luft. Gesundes Wasser. Natur. Sicherheit.

Entspannen Sie sich!

www.osnabruecker-land.de

Tourismusgesellschaft Osnabrücker Land mbH

GANZ ENTSPANNT.

Die Urlaubsregion Osnabrücker Land bietet alles, was einen erholsamen Urlaub in Deutschland ausmacht. 3 Solequellen, 4 Kurorte, 8 Wellness-Welten. Viel frische Luft. Gesundes Wasser. Natur.

Entspannen Sie sich!

www.osnabruecker-land.de

Tourismusgesellschaft Osnabrücker Land mbH

GANZ AKTIV.

Die Urlaubsregion Osnabrücker Land bietet alles, was einen Aktivurlaub in Deutschland ausmacht. 6 Radfernege. 62 Radtouren. 2.800 km beschildderte Radwege von leicht bis sportlich. Genug frische Luft. Natur. Sicherheit.

Werden Sie aktiv!

www.osnabruecker-land.de

Tourismusgesellschaft Osnabrücker Land mbH

GANZ AKTIV.

Die Urlaubsregion Osnabrücker Land bietet alles, was einen Aktivurlaub in Deutschland ausmacht. 6 Radfernege. 56 Radrouren. 2.800 km beschildderte Radwege von leicht bis sportlich. Viel frische Luft. Natur.

Werden Sie aktiv!

www.osnabruecker-land.de

Tourismusgesellschaft Osnabrücker Land mbH

GANZ GLÜCKLICH.

Die Friedensstadt Osnabrück bietet alles, was einen außergewöhnlichen Städtetrip ausmacht. 10 Shoppingquartiere. 10 Museen. 500 Geschäfte. 2.200 Tiere im Zoo. Kultur. Shopping. Unterhaltung. Kulinarik. Unzählige Fotomotive. Mit Sicherheit.

Besuchen Sie uns!

www.osnabruecker-land.de

Tourismusgesellschaft Osnabrücker Land mbH

GANZ GLÜCKLICH.

Die Friedensstadt Osnabrück bietet alles, was einen außergewöhnlichen Städtetrip ausmacht. 10 Shoppingquartiere. 10 Museen. 500 Geschäfte. 2.200 Tiere im Zoo. Kultur. Shopping. Unterhaltung. Kulinarik. Unzählige Fotomotive.

Besuchen Sie uns!

www.osnabruecker-land.de

Tourismusgesellschaft Osnabrücker Land mbH

Presseveröffentlichung

Beispiel: Interview Waldbademeisterinnen im Osnabrücker Land

(Auszug)



- **Wanderbar!;** September 2022;
Auflage: 63.000;
2-seitiger Bericht Waldbaden „Entschleunigung unter einem dichten Blätterdach“
- **Ruhr Nachrichten; Beilage „Bewusst leben“;**
Oktober 2022; **Auflage: 105.101;**
2-seitiger Bericht „Waldbaden im Osnabrücker Land
- **Use Land & Lüü;** November 2022;
Auflage: 10.000;
4-seitiger Bericht „Waldbaden im Osnabrücker Land“



App „Entdecke Osnabrück“



- Zwei Stadtrundgänge mit insgesamt 23 Stationen: Highlights-Tour und Friedenstour
- Virtuelle Guides führen durch die Innenstadt und präsentieren Anekdoten und Informationen zur Stadtgeschichte und den Sehenswürdigkeiten
- Schnittstelle zur destination.one
- Ergänzend sorgen historische Bildsammlungen, 360 Grad-Videos, Selfie-Stationen und Quiz-Angebote für unterhaltsamen Snack-Content
- Bodentracking ohne Marker schon das historische Stadtbild
- Start: April 2023

Kostenlos im App Store und Play Store erhältlich:

<https://app.osnabruecker-land.de>



Die neue App



Digitale Stadtrundgänge



ENTDECKE OSNABRÜCK!
Digitale Stadtrundgänge

TOUREN

- Rathaus des Westfälischen Friedens
- Haus Willmann
- Heger Tor 03
- Museumsquartier Osnabrück 04

2 TOUREN MIT ÜBER 20 ERLEBNISSTATIONEN

Die App führt Dich zu den Sehenswürdigkeiten der Stadt und ihren spannenden Geschichten.

Digitale Stadtrundgänge sind einfach, interaktiv und selbstbestimmt!

VIRTUELLE GUIDES ZEIGEN DIR DIE STADT

Magda und Friedrich führen Dich durch Osnabrück - die Stadt des Westfälischen Friedens - in Vergangenheit und Gegenwart.

Überspringen

SPANNENDE INTERAKTION

Teste spielerisch Dein Wissen und mache lustige Fotos und Videos mit AR-Elementen.

UMGEBUNG ERKUNDEN

Alles, was Osnabrück zu bieten hat: Finde Hotels, Restaurants und Events für Deinen Aufenthalt!

Umgebung erkunden

UMGEBUNG ERKUNDEN

Alles, was Osnabrück zu bieten hat: Finde Hotels, Restaurants und Events für Deinen Aufenthalt!

Verstetigung Gästebefragung 2022ff



- Teaser auf Homepage
- Mailing mit Bitte um Verbreitung an die Unternehmensebetriebe
- Mailing mit Bitte um Verbreitung an die TIs
- Social Media
- Postkarten für Prospektbestellungen, Hotels, Gastronomie und TIs
- Anzeigen in allen eigenen Printprodukten

Bitte weisen Sie bei jeder sich bietenden Gelegenheit aktiv auf die Umfrage hin
https://de.research.net/r/tol_gaestebefragung

Nächste geplante Auswertung: Ende 2023



KPI-System als Grundlage für kennzahlengestütztes Management



Kennzahlen	Messinstrument	Frequenz
Qualitatives Wachstum		
Steigerung der Wertschöpfung	Wirtschaftsfaktor Tourismus	alle 5 Jahre
Stabilisierung des Betriebs- und Bettenbesatzes	amtliche Statistik	jährlich
Erhöhung der Bettenauslastung	amtliche Statistik	jährlich
Marken und Markenwirkung		
Stärkung der Marke Osnabrücker Land (Wahrnehmung, Sympathie, etc.)	Destination Brand	alle 3 Jahre
Verbesserung der Binnenwahrnehmung der Marke in der Region	Stakeholderbefragung	alle 3 Jahre
Nachhaltige Entwicklung		
Nachhaltigkeitswahrnehmung der Gäste	Gästabefragung	jährlich
Nachhaltigkeitszertifizierte Tourismusorganisationen und Betriebe	Stand TourCert-Zertifizierung	jährlich
Zufriedenheit		
Gästezufriedenheit	Gästabefragung	jährlich
Mitarbeitendenzufriedenheit	noch kein Standard	tbd
Leistungsanbieter- und Unternehmenszufriedenheit	Stakeholderbefragung	alle 3 Jahre
Tourismusakzeptanz und -bewusstsein	Tourismusakzeptanzsaldo	alle 3 Jahre
Qualität des Angebots im Bereich Radfahren	Radreiseanalyse	alle 8-10 J.

Vielen Dank!



Petra Rosenbach
T. 0541 - 323- 2191
rosenbach@osnabruecker-land.de

