

## Ostfriesland Tourismus zieht erfolgreiche Social Media Bilanz 2021

**Leer, 21. Januar 2022** Das Fazit zu den Entwicklungen der Social Media Kanäle der Ostfriesland Tourismus GmbH (OTG) fällt für 2021 positiv aus. Alle Kanäle erfreuten sich einer steigenden Beliebtheit. Neben dem generellen Wachstum haben sich auch die Beteiligungen an Aktionen wie beispielsweise Gewinnspielen außerordentlich gut entwickelt. Dabei gehören Facebook (rund 54.000 Abonnenten) Instagram mit rund 34.000 Followern für die OTG zu den wichtigsten Social Media Kanälen. Auch Twitter (rund 4.000 Follower) gewinnt zunehmend an Bedeutung. Jeder Kanal funktioniert dabei anders und wird von der OTG individuell bespielt. Die Kanäle dienen dabei als wichtige Inspirationsquelle und Austauschplattform für Gäste und potenzielle Gäste in Ostfriesland.

### Interaktionen mit den Nutzern entscheidend

„Im Vergleich mit anderen Reiseregionen in Deutschland belegen wir durchaus eine Spitzenposition im Social Media Marketing. Der Erfolg bemisst sich allerdings nicht allein nach Followern und Fans, sondern vor allem auch an der Anzahl der Reaktionen. Und hier sind unsere Ostfriesland-Fans besonders aktiv“, so Oliver Knagge, Leitung Online-Marketing bei der OTG.

### Geschichten erzählen

„Auf Instagram posten wir nicht einfach nur schöne Bilder. Die Beiträge zahlen gezielt auf das Markenimage von Ostfriesland ein und werden in interessante Geschichten eingebunden. Zum Beispiel greifen wir das aktuelle Tagesgeschehen auf und verraten Insidertipps. Nur wenn wir die Emotionen ansprechen, treten wir in den aktiven Dialog mit unseren Fans und Followern. Mit Ratespielen oder direkten Fragen an unsere Nutzer versuchen wir zusätzlich die Interaktionsrate anzukurbeln“, erklärt Maike Fockens, Verantwortliche für den Instagram-Kanal der OTG.

### Besondere Aktionen schaffen Aufmerksamkeit

Das ganze Jahr über platziert die OTG in Zusammenarbeit mit Kooperationspartnern immer Gewinnspiele und andere besondere Aktionen, um die Aufmerksamkeit und die Bindung an die Reiseregion zu erhöhen. So fand u. a. mit dem Ravensburger Spielverlag eine Marketing-Kooperation statt. Gemeinsam mit den ostfriesischen Ferienorten wurden verschiedene Memory-Spiele und Puzzles mit Motiven aus ganz Ostfriesland erstellt und verlost. Hervorzuheben ist die Adventskalender-Aktion im letzten Jahr, die fast 76.000 Teilnahmen verzeichnete. Im Vergleich zu 2020 entspricht dies einer Steigerung um 88 Prozent. Insgesamt betrug die Reichweite (über alle Kanäle hinweg) über 1,6 Millionen.

„Gerne greifen wir auch gesellschaftlich relevante Themen auf und zeigen Haltung. Unser Bildpost als Zeichen gegen Homophobie im letzten Jahr erzielte im Vergleich mit den Profilen aller deutscher Reiseregionen die höchste organische Reichweite auf Facebook in Form von Kommentaren, Likes und geteilten Inhalten“, erzählt Oliver Knagge.

---

#### Pressekontakt

##### Ostfriesland Tourismus GmbH

Wiebke Leverenz  
Ledastraße 10  
26789 Leer  
Tel.: 0491/91 96 96-64  
presse@ostfriesland.de

#### Informationen

ostfriesland.travel  
twitter.com/Ostfriesland  
facebook.com/Ostfriesland  
instagram.com/ostfriesland.travel

## Über die Ostfriesland Tourismus GmbH

Seit 2005 bewirbt die OTG die gesamte ostfriesische Halbinsel bestehend aus den Landkreisen Ammerland, Aurich, Friesland, Leer und Wittmund sowie den kreisfreien Städten Emden und Wilhelmshaven. Die Angebotsvielfalt der touristischen Leistungsträger und der rund 50 angeschlossenen Ferienorten mit Inseln, Küsten und maritim geprägtem Binnenland wird durch die OTG gebündelt überregional präsentiert.