



Beschlussvorlage öffentlich

Vorlage Nr.: BV/021/2026

Federführung:	Dezernat I	Datum:	23.03.2026
Bearbeiter:	Fred Carstens		

	Sichtvermerke
Beratungsfolge	Termin
Wirtschaftsausschuss	16.04.2026
Kreisausschuss	21.05.2026
Kreistag	18.06.2026

Tourismusentwicklungsstrategie 2030+

Beschlussvorschlag:

Der Landkreis Ammerland kündigt seine Mitgliedschaft in der Ostfriesland Tourismus GmbH im Laufe dieses Jahres zum 31.12.2027. Mit der OTG wird zukünftig eine projekt- oder themenbezogene Zusammenarbeit angestrebt.

Finanzielle Auswirkungen (brutto) ☐ nein ☒ ja	Im Haushaltsplan enthalten ☐ nein ☒ ja	Über-/ außerplanmäßige Mittelbereitstellung ☐	
Einmalige Kosten		Investiv ☐	Unterschrift
Laufende Kosten			
Drittmittel (Zuschüsse)		Ergebniswirksam ☐	gez. Denker

Tourismusstrategie 2030 +

a) Vorstellung der Tourismusstrategie durch die ausführende Agentur Projekt M

Die vielfältigen Veränderungen im Reiseverhalten, der Wettbewerb innerdeutscher Destinationen und moderne Ansätze in den Aufgaben und Schnittstellen einer Destination Management Organisation (DMO) haben die Ammerland-Touristik dazu veranlasst, die Weichen für eine starke Zukunft der Region neu zu stellen: Mit der Beauftragung der Erarbeitung einer Tourismusstrategie Ammerland 2030+ ist in drei Lenkungsgruppensitzungen der Grundstein gelegt worden für eine deutlich ausgeprägtere synergetische Zusammenarbeit in der Region. Aus einer intensiven Analyse der Stärken, Schwächen und des Potenzials des Ammerlandes wurde eine Positionierungs- und Entwicklungsstrategie erarbeitet. Die umfangreichen Analysen und die Positionierungsstrategie haben im Prozess zu Ableitungen geführt, die in sechs Handlungsfelder und insgesamt 62 Maßnahmen überführt wurden. Zu diesem Prozess berichtet Andrea Bayer vom Projektteam im Wirtschaftsausschuss.

b) Weitere Umsetzung des Markenprozesses im Rahmen der kommunalen Zusammenarbeit mit der Bad Zwischenahner Tourismus GmbH

Die Bad Zwischenahner Tourismus GmbH (BTG) hat ebenfalls ein Tourismusentwicklungskonzept bei der Agentur Projekt M in Auftrag gegeben, dass bereits im Juni 2024 in den Gremien vorgestellt wurde. Ende 2025 wurde dann die Ausarbeitung der Tourismusmarke Bad Zwischenahn in Auftrag gegeben. In dieser Vorstufe der Markenbildung werden in Workshops die Markenpersönlichkeit und die Markenessenz erarbeitet. Auf dieser Grundlage erarbeitet dann eine Markenagentur das Markenhandbuch, Content-Handbuch und Corporate Design Manuel. Das Vergabeverfahren zur Auswahl der Markenagentur steht aktuell an.

Die Ammerland-Touristik benötigt nach der Verabschiedung des Tourismusentwicklungskonzeptes ebenfalls noch einen Workshop zur Ausarbeitung von Markenpersönlichkeit und Markenessenz und die Agenturleistung für das Markenhandbuch. Da die Markenpersönlichkeit und Markenessenz der Marken Bad Zwischenahn und Ammerland zu einem großen Teil deckungsgleich sind, wird eine gemeinsame Vergabe im Rahmen einer kommunalen Zusammenarbeit angestrebt, um Synergieeffekte zu nutzen.

Dabei sollen zwei Bausteine in der Leistungsbeschreibung für die Agenturleistung ausgeschrieben werden. Zum einen die Erstellung eines Markenhandbuchs für die Marke Bad Zwischenahn und zum anderen die Ausarbeitung der Marke Ammerland und die Erstellung des Markenhandbuchs für die Parklandschaft Ammerland.

Der Kostenaufwand für den Baustein „Ammerland“ wird rund 30.000 € betragen und kann aus dem laufenden Tourismusbudget der Jahre 2026/2027 finanziert werden.

Für die gemeinsame Vergabe im Rahmen der kommunalen Zusammenarbeit liegt die Zustimmung des Geschäftsführers der BTG Christian Wandscher sowie des Bürgermeisters Henning Dierks vor.

c) Mitgliedschaft in zwei Tourismusorganisationen (TANO & OTG)

Der Landkreis Ammerland ist derzeit Gesellschafter bei zwei übergeordneten Tourismusorganisationen. Die Mitgliedschaft bei der Ostfriesland Tourismus Gesellschaft (jährlicher Zuwendungsbetrag 80.000 €) besteht seit der Gründung im Jahr 2005. Anfang 2022 wurde zusätzlich die Tourismus Agentur Nordsee gegründet (jährlicher Zuwendungsbetrag 100.000 €) in der der Landkreis Ammerland ebenfalls Gesellschafter ist. Angesichts der begrenzten Ressourcen wurde die Agentur Projekt M gebeten, zu prüfen, welche übergeordneten Netzwerke und Strukturen künftig die potenzialträchtigsten sind. Die Agentur kommt zu dem nachfolgenden Ergebnis:

„Eine Vollmitgliedschaft in OTG und TANO ist nicht verhältnismäßig. Ein für das Ammerland und seine Partner strategisch wie operativ zu empfehlender Weg zur Vermeidung von Doppelstrukturen und zur effizienten Nutzung bestehender Netzwerke ist die enge Bindung an die TANO (Vollmitgliedschaft) und eine projekt-/themenbezogene Zusammenarbeit mit der OTG. So werden mit der OTG Inhalte und Prioritäten regelmäßig neu bewertet und in Kooperation gearbeitet, wo die Ziele übereinstimmen. Die zukunftsgerichtete Struktur der TANO mit u.a. küsten- und festlandorientierter Markenidentität, stringenter Markenführung innerhalb der Markenfamilie und umfangreichem Wissensmanagement bietet dem Ammerland nach innen wie nach außen Orientierung, Sichtbarkeit und potenzialträchtige Entwicklungsmöglichkeiten, auch in Marketingkooperationen und zu Themen wie beispielsweise Digitalisierung und Datenmanagement (Quelle: Tourismusstrategie Ammerland 2030 +, Projekt M, 18.03.2026).

Bei einem Vorgehen, wie von der Agentur empfohlen, müsste sichergestellt werden, dass in Zukunft die Marke „Parklandschaft Ammerland“ in den Kommunikationskanälen der TANO besser positioniert wird. Vor allem im Bereich des Radtourismus gibt es in dem Gebietszuschnitt der TANO vielfältige Möglichkeiten für gemeinsame Marketingkampagnen. Im Verbund mit den bekannten Raddestinationen Cuxland, Wesermarsch und Ostfriesland liegen hier für das Ammerland noch viele bisher ungenutzte Potenziale für eine gemeinsame Vermarktung brach. Gleiches gilt für das Thema Parks und Gärten, dass auch in der gesamten Destination mit dem Leuchtturm Park der Gärten im Zentrum der Gesamtregion stärker bespielt werden könnte. Zu diesem Thema sollten Gespräche mit dem Geschäftsführer der TANO, Mario Schiefelbein, geführt werden.

