Sachbericht „Land der Entdeckungen 2013“

Sachbericht „Land der Entdeckungen 2013“

Inhalt

1 Voraussetzung 3
2 Ausgangslage 3
3 Ziele 4
4. Durchführung: Planungs- und Veranstaltungsphase 2012-2013 5
4.1. Planungs- und Durchführungsphase 2012 5
4.1 Aktionsphase 2013 7
Besuche und Betreuung 9
Angebote für Kinder- und Jugendliche & Generationen übergreifende Projekte 9
Barrierefreiheit 10
Servicestelle Drittmittelakquise 11
4.2.1 Innenkommunikation 12
Netzwerktreffen 12
Newsletter und Rundsendungen 14
Intranet 16
4.2.2. Außenkommunikation und neue Kommunikationswege 17
Botschafter für das Themenjahr 17
Neue Kommunikationswege 17
Weiterentwicklung der Online-Technik 17
5. Pressearbeit 18
5.1. Pressekonferenzen 18
5.2. Presseartikel 18
5.2. Radio Beiträge 19
5.4. Pressespiegel 19
5.5. Vorträge und Präsentationen 20
5.6. Betreuung einzelner Partner bei der Pressearbeit 20
6. Mehrwerte 21
6.1. Reise ins jüdische Ostfriesland 21
6.2. Wirtschaft ist eingebunden 22
6.3. Netzwerk in Netzwerk 23
7. Vermarktung 23
7.1. Messen 2013 24
7.2. Verteilung der Produkte 24
8. Nachbereitungsphase 2014 24
9. Mitwirkende 25
9.1. Koordinatoren: Die Ostfriesische Landschaft 26
9.2. Marketing: Ostfriesland Tourismus GmbH 26
9.3. Die Haupt- bzw. Gründungspartner Kultur 26
9.4. Die Projektpartner in der Durchführung aus Kultur und Tourismus 27
9.5. Kooperationspartner: Oldenburgische Landschaft 29
10. Ergebnisse 30
10.1. Modellprojekt 31
10.2. Reichweite 31
10.3. Anregung für andere 32
12. Fazit 32

1 Voraussetzung

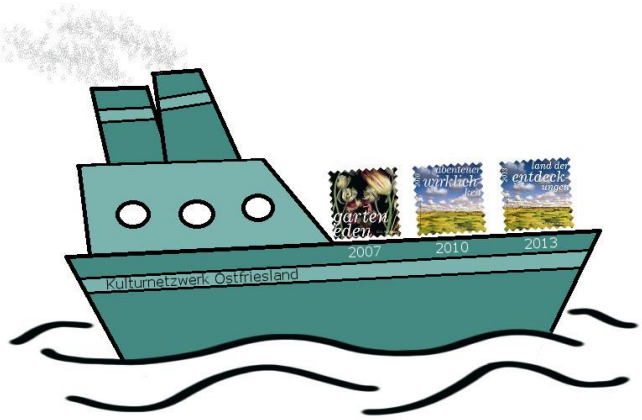
Seit März 2008 gilt Ostfriesland als Modellregion für Kulturtourismus in Niedersachsen.
Die dreijährig veranstalteten Themenjahre (2007/2010/2013) verknüpfen hochwertige kulturelle Angebote mit der touristischen Vermarktung.

2 Ausgangslage

Der ausschlaggebende Impuls zur Gründung des „Kulturnetzwerk Ostfriesland“ mit seinen Themenjahren war die Erkenntnis, dass alle Kompetenzen bereits in der Region vorhanden sind. Wie einem Orchester fehlte noch ein Dirigent, der die Vielfalt an Fachkompetenz, Kreativität und Engagement zu einem harmonischen Konzert zusammenführte.
Die Kulturschaffenden der Ostfriesischen Halbinsel beschäftigen sich mit handwerklichen Traditionen wie Blaudruck oder Fliesenmalerei, mit der Stahlindustrie im Ammerland oder der Urbarmachung der Moorlandschaften. Die Bandbreite reicht von geführten bzw. angeleiteten Kursen über Ausstellungen und Informationsveranstaltungen bis hin zur kreativ-künstlerischen Auseinandersetzung mit der jeweiligen Thematik. Es gilt, sich der Besonderheiten der heimischen Region bewusst zu werden und für die nächsten Generationen zu bewahren. Geleichzeitig wird die Aufbereitung der eigenen Geschichte mit einer Attraktivität als touristisches Reiseziel verknüpft, und erhält so eine zukunftsweisende Ausrichtung. Die Identität nach Innen wird gestärkt und in einem Wir-Gefühl als Ostfriesische Halbinsel nach Außen transportiert.

Das „Kulturnetzwerk Ostfriesland“ ist ein Zusammenschluss von Vertretern aus Kultur, Tourismus und Kommunalpolitik auf der gesamten Ostfriesischen Halbinsel, mit der Aufgabe, alle drei Jahre ein kulturtouristisches Themenjahr durchzuführen.

Unter dem Motto „Land der Entdeckungen 2013“ führte das „Kulturnetzwerk Ostfriesland“ ein kulturtouristisches Themenjahr mit 105 Partnern aus Kultur und Tourismus an 65 Standorten durch. Vom Dollart bis zum Jadebusen vom Ammerland bis zu den Inseln fanden eigens dafür entwickelte Projekte in den Sparten Musik, Theater, Literatur, bildende Kunst, Soziokultur etc. statt. Dabei wurden rund 500.000 Besucher gezählt. Die Evaluation ergab, dass 48% aus der Region kamen. Rund 3.000 Menschen waren aktiv bei der Gestaltung des Themenjahres beteiligt, darunter sowohl hochprofessionelle festeingestellte Mitarbeiter als auch Ehrenamtliche.



Das Schiff „Kulturnetzwerk Ostfriesland“ bringt alle drei Jahre eine „Ladung“ Themenjahr-Veranstaltungen

3 Ziele

Das Netzwerk von mehr als 100 Projektpartnern von Kulturschaffenden und Touristikern will zum „Imagewandel ohne Identitätsverlust“ für Ostfriesland beitragen. Imagekomponenten wie Weite, Deiche, Kühe sollen um hochwertige kulturelle Aspekte ergänzt werden, um die Wahrnehmung von Qualität und Kulturerbe vor Ort zu stärken.

Für Ostfriesland als Lebens- und Wirtschaftsraum gilt es zum einen die intelligenten junge Menschen in der Region zu halten, als auch hochqualifizierte Fachkräfte mit ihren Familien in die Region zu holen. Das Kulturnetzwerk Ostfriesland greift diese Herausforderung auf und setzt sich für die Menschen in der Region für die kulturelle Vielfalt in der Region nachhaltig ein.

- ➔ Besucherzahlen steigern
- ➔ Ostfriesische Halbinsel als attraktive Kulturdestination etablieren
- ➔ überregionale Wahrnehmung erhöhen
- ➔ Erhöhung der Lebensqualität Einheimischer
- ➔ Identitätsstiftung der Einheimischen
- ➔ größere Bekanntheit der einzelnen Kulturpartner im Verbund
- ➔ Bündelung von Ressourcen
- ➔ Neue Ideen und Kooperationen
- ➔ Vernetzung der Netzwerke steigern

Des Weiteren wurde im Themenjahr „Land der Entdeckungen 2013“ auf den Erfahrungen der letzten Themenjahr aufgebaut. Dabei wurden drei Punkte besonders berücksichtigt:

1. frühzeitiges Bekanntgeben des Mottos
2. verstärkter Fokus auf Projekte für Kinder und Jugendliche
3. finanzielle Unterstützung für die inhaltiche Arbeit der Partner

Vorankündigung Themenjahr an Fassade der Ostfriesischen Landschaft 2012

4. Durchführung: Planungs- und Veranstaltungsphase 2012-2013

Der inhaltliche Schwerpunkt des Themenjahres „Land der Entdeckungen 2013“ orientierte sich an der namensgebenden Ausstellung „„Land der Entdeckungen – Die Archäologie des friesischen Küstenraums““. Der Archäologische Dienst sowie das Forschungsinstitut der Ostfriesischen Landschaft präsentierten in einer deutsch-niederländischen Kooperation gemeinsam mit dem Ostfriesischen Landesmuseum Emden archäologische Schätze der Region.
Der Schwerpunkt „Archäologie und Geschichte“ bot viele Anknüpfungspunkte für die Netzwerkpartner, sich auf vielfältige Weise mit ihren eigenen Potenzialen einzubringen. Ziel dabei war es, die Neugier auf Bekanntes, Unbekanntes, aber auch auf Neuerungen und Umbrüche in der Region zu wecken. Eingebunden waren allen Sparten von Musik, über Literatur, Malerei bis hin zu den Vertretern der niederdeutschen Sprache.

4.1. Planungs- und Durchführungsphase 2012

In der Planungsphase 2012 wurden die inhaltlichen und strukturellen Vorbereitungen zur Durchführung des Themenjahres getroffen. Neben Zeit- und Ressourcenplanungen unter Einbindung des Arbeitskreises wurden das Intranet eingerichtet, Konzepte verfasst und zusätzliche Fördermittel für Museen eingeworben. Von touristischer Seite wurde eine Bestandsaufnahme der bereits im Rahmen des Projektes des Tourismusverbandes Nordsee e.V. kartierten Leistungsträger auf deren Barrierefreiheit vorgenommen sowie die Kartierung weiterer Netzwerkpartner-Einrichtungen angegangen.

Arbeitskreis Kulturnetzwerk Ostfriesland Treffen am 12.09.2012

Der Arbeitskreis Kulturnetzwerk Ostfriesland besteht aus Vertretern der Einrichtungen Ostfriesische Landschaft, Oldenburgische Landschaft, Ostfriesland Tourismus GmbH, Kunsthalle Emden, Organeum Weener, Freilichtmuseum Cloppenburg, Park der Gärten Bad Zwischenahn, Ostfriesisches Landesmuseum Emden, Landesbühne Niedersachsen Nord GmbH, Sclossmuseum Jever, Kunsthalle Wilhelmshaven

Wichtigste Aufgabe war die Beratung der Netzwerkpartner bei der individuellen Themenfindung sowie deren Umsetzung und das Bewerbungsverfahren für „Land der Entdeckungen 2013“. Die Ansprache von neuen Kultur- und Veranstaltungspartnern war dabei ebenso wichtig, wie die Vermittlung zwischen Netzwerkpartnern untereinander sowie mit potentiellen Sponsoren. Die Abfrage und Datensammlung der beworbenen Projekte sowie die Koordinierung der Projektideen erforderte eine laufende Abstimmung mit allen Partnern und dem Arbeitskreis.

Die Projektidee wurde in Gremien und Vorträgen bekannt gemacht. Auch die Pressearbeit begann 2012 mit Ankündigungen zur Ausschreibung und zum Stand des Kulturnetzwerks. Ab der zweiten Jahreshälfte wurde bereit mit der Erstellung des Programmheftes begonnen, um rechtzeitig für 2013 alle Veranstaltungen des Themenjahres „Land der Entdeckungen 2013“ bekanntzugeben.

Netzwerktreffen zum Museumspreis im Deutschen Marinemuseum Wilhelmshaven

4.1 Aktionsphase 2013

Auftaktveranstaltung:

Am Donnerstag, den 17. Januar 2013 gab das „**Kulturnetzwerk Ostfriesland“** im Historischen Rathaus in Leer den Startschuss für das kulturtouristische Themenjahr auf der gesamten Ostfriesischen Halbinsel. Die **Ostfriesische Landschaft** übernimmt die **Federführung** und **Koordination** des Kulturnetzwerkes und die **Ostfriesland Tourismus GmbH** das überregionale **Marketing**.

Das **Land Niedersachsen** und die **Europäische Union** fördern mit rund **500.000 Euro**, verteilt auf drei Jahre, die Ostfriesische Landschaft zusammen mit der Ostfriesland Tourismus GmbH. „Damit setzt das Land und die EU Vertrauen in die qualtitätvolle Arbeit der Partner. Das Kulturnetzwerk knüpfte sich im Jahr 2007 und sechs Jahre später zeigt sich, dass alle Partner aus Kultur, Tourismus und Wirtschaft in der Region kraftvoll **an einem Strang ziehen**“, so Landschaftpräsident Helmut Collmann.

Ziel der Themenjahre ist, dass die Einheimischen ihre Heimat mit neuen Augen sehen und Gäste eine Region entdecken können, die kulturell hochwertig und authentisch ist. Die Grenzen Ostfrieslands werden dabei mühelos überwunden. Vom Dollart bis zum Jadebusen, vom Ammerland bis zu den Inseln wird es eine Vielzahl an spannenden Projekten zu dem Themenschwerpunkt Geschichte und Archäologie in der Region geben.

Am Freitag, den 18. Januar 2013 beginnt um 15:00 Uhr das **erste Projekt** auf **Langeoog** mit einer Snüstertour über die Insel.
Am 27. Januar 2013 eröffnet um 11:30 Uhr die **namensgebende Leitausstellung** im Ostfriesischen Landesmuseum in **Emden**. Vom Dollart bis zum Jadebusen, vom Ammerland bis zu den Inseln wird es eine Vielzahl an spannenden Projekten zu den **Themen Geschichte und Archäologie** auf der Ostfriesischen Halbinsel geben.
Es gibt viele Kostbarkeiten zu entdecken in Ostfriesland: Neben Ausstellungen wird es Angebote für Jung und Alt zum Erleben und Erfahren sein.

Mit dem Start des Veranstaltungsjahres 2013 wurden alle Projektdaten auch online im Webauftritt www.ostfriesland.de zu informations- und Marketingzwecken integriert. Gelichzeitig wurde ein Kulturblog eingerichtet. Beides wurde regelmäßig aktualisiert bzw. bespielt. Regelmäßige Schaltung von Pressemitteilungen und Anzeigen warben von Anfang an für das Themenjahr und seine Veranstaltungen.

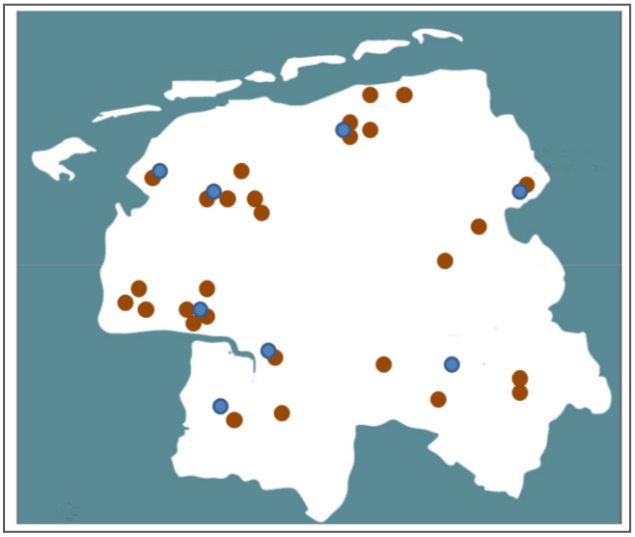
Viele Partner hissten die Fahnen während des Veranstaltungsjahres

Die Werbemittel wie Programmheft, Plakate, Postkarten und Aufkleber wurden an alle Partnereinrichtungen verteilt. Die Projektkoordination begleitet die Veranstaltungen bei den Eröffnungen, unterstützte bei der jeweilige Pressearbeit und unterhielt eine ständige Kommunikation mit den 105 Projektpartnern. Dabei war das Intranet ein wesentliches neues Informationsmedium, das zusätzlich zu den regelmäßigen Newslettern immer den aktuellen Stand im Kulturnetzwerk vermittelte.

So wurden im Jahr 2013 an 65 Standorten Projekte zur Geschichte der Ostfriesischen Halbinsel durchgeführt. 105 Partner engagierten sich kreativ und setzten Projekte aus allen Kultursparten wie z.B. Literatur, Musik, Theater oder bildende Kunst durch.

Langeoog Snüstertour
Besuche und Betreuung

Vertreter der Koordinationsstellen besuchten Eröffnungen und Veranstaltungen, die im Rahmen der Themenjahres stattfanden. Die persönliche Präsenz vor Ort stärkte das Bewusstsein, Teil eines Ganzen zu sein, und drückte die Unterstützung der jeweiligen Projekte aus.
Auch wurden einzelne Partner auf Anfrage bei deren jeweiligen Projekten unterstütz. Dies umfasste die Hilfe bei deren Pressearbeit oder die Vermittlung von Kontakten und Veranstaltungsorten, sowie die inhaltliche Beratung bei der Entwicklung bzw.-Ausarbeitung der jeweiligen Projekte.



Seitens der Projektkoordination besuchte Veranstaltungen des Themenjahres

Angebote für Kinder- und Jugendliche & Generationen übergreifende Projekte

Ein besonderer Schwerpunkt lag 2013 auf der Durchführung von Veranstaltungen, die sich an Kinder und Jugendliche richteten. Die Projektpartner entwickelten eine vielfältige Bandbreite an Projekten, die von Gitarrenfestivals über Naßfilzkurse bis zu Baumpflanzaktionen reichte.
Beispielsweise engagierte sich eine Friedeburger Grundschule dafür, dass für jeden Baum, der für das Horster Bildhauersymposium gefällt wurde, ein neuer gepflanzt werde. Z
udem gab es generationenübergreifende Projekte, wie z.B. in Wiesmoor. Dort leiteten regionale Künstler Fotografie- oder Malkurse mit Bewohner eines Seniorenheims zusammen mit Schülern der KGS Wiesmoor, die in einer gemeinsamen Ausstellung präsentiert wurden.

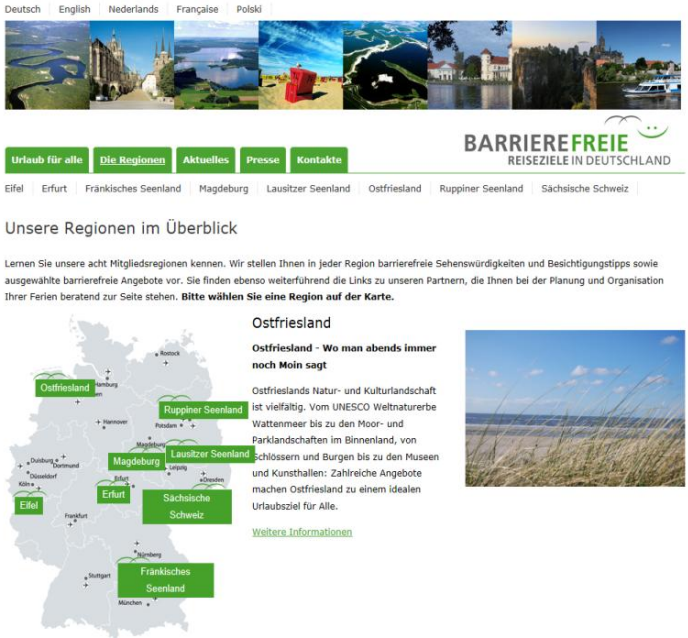
Baumpatenschaft im Zusammenhang mit dem Bildhauersymposium in Horsten/Friedeburg

Barrierefreiheit

Der Marketingschwerpunkt des Themenjahres lag auf dem Thema Barrierefreiheit. Dieses neue Marketinginstrument hatte zum Ziel eine Erhöhung der Servicequaltiät in den einzelnen Einrichtungen. Dazu wurden die Partnereinrichtungen und in ihren Einzelmerkmalen kartiert.

Dabei werden nicht nur Rollstuhlfahrer, sondern auch Mütter mit Kinderwagen oder leicht mobilitäts- oder sinneseingeschränkte Personen angesprochen. Erster Schritt war, die Verantwortlichen in den jeweiligen Einrichtungen für die Thematik zu sensibilisieren, und einfache, kostengünstige Umsetzungsideen zu entwickeln. Dazu wurde im Zuge der Kartierung gezielt nach Merkmalen wie z.B. kontrastreiche Beschilderung mit großer Schrift, Geländer an Treppenaufgängen, Sitzgelegenheiten in Ausstellungsräumen oder Rollstuhlrampen gefragt. Im nächsten Schritt erfolgte die Erarbeitung von Ideen zur weiteren Verbesserung der Servicequalität. Die Daten wurden in einer Datenbank eingepflegt.
Seitens der Tourismusorganisationen wurde eine für die Ostfriesiche Halbinsel vereinheiltichtet Symbolsprache entwickelt, die in Piktogrammen auf die unterschiedlichen Angebote für Mobilitäts-und Sinneseinschränkungen hinweist. So kann auf der Ostfriesischen Halbinsel nun nach einheitlichen Kriterien in den Suchmaschinen der Tourismuseinrichtungen oder in den Katalogen gesucht werden.

Das Netzwerk im barrierefreien Tourismus wurde auf regionaler, landes- und bundesweiter Ebene gepflegt. Beispielsweise ist Ostfriesland Mitglied in der „Arbeitsgemeinschaft barrierefreier Reiseziele in Deutschland“. Unter www.barrierefreie-reiseziele.de sowie auf den Seiten der Deutschen Bahn wird Ostfriesland als barrierefreies Reiseziel beworben. Die AG Barrierefreiheit bietet die Möglichkeit von den Erfahrungen anderer deutscher Regionen zu profitieren und die gemeinsame Marketingplattform zu nutzen.



Weiterhin wurde Ostfriesland in der gemeinsamen Imagebroschüre, der DB-Informationsbroschüre "Mobil mit Handicap", dem Reiseführer „Handicapped-Reisen“ sowie in den Anzeigen und der Pressearbeit der AG vorgestellt.

Servicestelle Drittmittelakquise

Zentraler Projektbaustein der Ostfriesischen Landschaft war die Servicestelle Projektmittelakquise. Hintergrund war, dass ausschließlich den beiden Koordinierungsstellen Kulturagentur der Ostfriesischen Landschaft und Ostfriesland Tourismus GmbH Finanzmittel zur Durchführung des Projekts zur Verfügung standen. Erstmalig sollten Gelder für die inhaltlichen Projekte der Kulturpartner eingeworben werden, um Qualität, Nachhaltigkeit und Vernetzung weiter zu stärken.

Ziel war dabei die Einbindung der Wirtschaft, um Förderungen für Kulturprojekte zu vermitteln. Die regionale Wirtschaft sollte über die Kammern, wie z.B. die Industrie- und Handelskammer sowie die Handwerkskammer informiert und eingebunden werden. Zudem wurden Stiftungen und andere Fachverbände z.B. der Museumsverband für Niedersachsen und Bremen e.V., der Verband für Soziokultur oder der Niedersächsische Musikverband angesprochen, um Projekte zu unterstützen.
Durch die akquirierten Projektmittel konnten Projekte qualitativ hochwertiger gestaltet werden.

Die Auszeichnung „Förderprojekte Museen – „Land der Entdeckungen 2013“ bot erstmalig im Rahmen eines kulturtouristischen Themenjahres auf der Ostfriesischen Halbinsel eine Förderung der inhaltlichen Arbeit in den Häusern. Ziel dieser Förderung war eine Anerkennung der langjährigen guten Arbeit in den Museen.

Über die Sparkassenstiftung wurden 40.000 Euro für die Vergabe eines „Förderprojekt Museums“ im Rahmen des Themenjahres 2013 bereitgestellt.

Museen setzen Impulse, fördern den Diskurs und behandeln und vermitteln gesellschaftlich relevante Themen. Die Förderung durch die Sparkassen und das Niedersächsische Ministerium für Wissenschaft und Kultur (MWK) diente zur nachhaltigen Stärkung der Qualität in den Häusern.

LzO Landessparkasse zu Oldenburg

Sparkasse Wilhelmshaven

Niedersächsische Sparkassenstiftung

Die ostfriesischen Sparkassen
Sparkasse Aurich-Norden
Sparkasse Emden
Sparkasse LeerWittmund

LzO Landessparkasse zu Oldenburg

Reise ins jüdische Ostfriesland - *As Gotteshusen brannt hebben*
Als ein neu entstandenes herausragendes Netzwerkprojekt galt für das Jahr 2013 „Reise ins jüdische Ostfriesland“. Hierfür wurden von der Kulturagentur gesondert Gelder im Rahmen der „Servicestelle Drittmittelakquise“ zur Durchführung des Netzwerkprojektes eingeworben. Insgesamt förderte das Niedersächsisches Ministerium für Wissenschaft und Kultur das Projekt mit 18.500 Euro. Es diente hauptsächlich der Erstellung einer einer Broschüre mit einer Auflage von 33.000 Stück.

Niedersächsisches Ministerium
für Wissenschaft und Kultur

4.2.1 Innenkommunikation

Netzwerktreffen

Zum gegenseitigen Kennenlernen und Austauschen über die Projektinhalte der neuen Partner fanden im gesamten Projektzeitraum 4 Netzwerktreffen statt. Sie boten in unterschiedlicher Form Informationen über das aktuelle Geschehen im Kulturnetzwerk, legten Schwerpunkte auf regionale und / oder thematische Zusammenarbeit und boten vor allem ein Forum für alle Beteiligten, sich neu kennenzulernen und inspirieren zu lassen.

Netzwerktreffen am 12.12.2012 im Ostfriesischen Landesmuseum in Emden

Netzwerktreffen am 27.06.2013 im Park der Gärten, Bad Zwischenahn

Netzwerktreffen am 27.06.2013 im Park der Gärten, Bad Zwischenahn

Netzwerktreffen am 2.4.2014 in der Ostfrieslschen Landschaft in Aurich

Newsletter und Rundsendungen

Etwa alle 2 Monate informierte ein mehrseitiger Newsletter alle Projektpartner, Akteure und Interessierte über den aktuellen Stand. Zudem gab es unregelmäßig Rundsendungen mit spezifischen Informationen wie z.B. Hinweise auf Veranstaltungen des Kulturnetzwerks oder Fördermöglichkeiten.

Newsletter September 2013

KULTURNETZWERK OSTFRIESLAND

„LAND DER ENTDECKUNGEN 2013"

Newsletter September 2013

1. Aus dem Kulturnetzwerk Ostfriesland

Am 10. August 2013 feierte Emden die „Lange Museumsnacht". Die Kunsthalle Emden hatte alle Netzwerkpartner des Themenjahres „Land der Entdeckungen 2013" eingeladen, sich zu beteiligen. Dazu wurde eine Entdeckerlounge eingerichtet, in der sich das Themenjahr und einige Projektpartner den Besuchern präsentierte. Beispielsweise war der Park der Gärten für das Ammerland anwesend, und Mitarbeiter verteilten in historischer Tracht Ammerländer Schinkenhäppchen.

Bei der Aktion „Henri &ich" konnten sich die Besucher zusammen mit Henri Nannens lebensgroßen Abbild fotografieren lassen. Die Fotos - bei denen das Werbebanner zum Themenjahr „Land der Entdeckugenn 2013" im Hintergrund stand - können auf der Facebook-Seeite der Kunsthalle Emden eingesehen werden.

(www.facebook.com/KunsthalleEmden)

Newsletter September 2013

Intranet

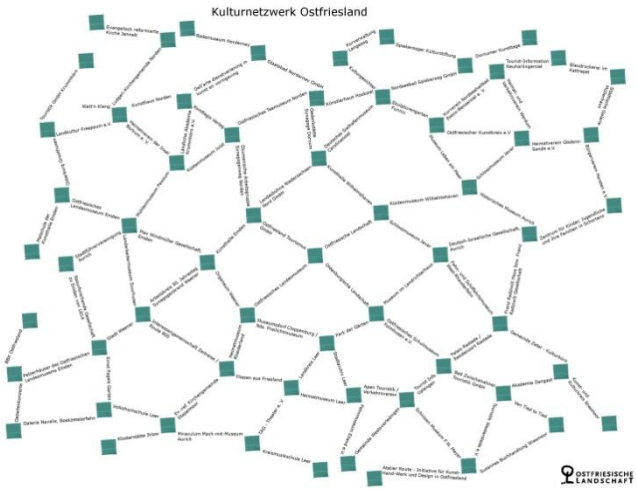
Das Intranet stellte eine Erweiterung der bewährten Kommunikationswege im Kulturnetzwerk Ostfriesland dar. Intranet-Technologien können wie z.Zt. kein anderes Medium den wechselseitigen Informationsfluss zwischen den Netzwerkpartnern ermöglichen, und zwar zeitunabhängig, gebündelt und effektiv. Die qualitative Optimierung der Kommunikation konnte alle Netzwerkpartner aus Kultur- und Tourismus gleichwertig einbinden.

Den Kern des Intranetangebots bildeten Service- und Informationsleistungen wie z.B. Downloadmöglichkeiten von Fotos, Logos, Dokumenten und Fact Sheets zum Gesamtprojekt, sowie Übersichten der Netzwerkprojekte und Projektpartner, Terminkalender und Adressverwaltung.

Konzept „Kultur als harter Standortfaktor“

Das Ziel war zum einen der dauerhafte und systematische Erfahrungs- und Informationsaustausch zwischen allen Netzwerkpartnern. Zum anderen sollte eine aktive Teilnahme und ein von der Koordinationsleitung unabhängiger Dialog zwischen den Netzwerkpartnern angeregt werden. Die Intranetplattform bot dazu die Möglichkeit mithilfe von Kommentarfunktionen und Adressverteiliern. Diese wurden jedoch fast gar nicht wahrgenommen. Die Evaluation ergab jedoch, dass das Intranet für die Informationsbeschaffung allgemeiner Inhalte und für den Dokumentendownload aktiv genutzt wurde, so dass ein wesentliche Ziel der Einrichtung eines Intranets erreicht wurde.

Da Intranet bot neben grundlegenden Informationen zum Netzwerk, wie z.B.: Organigrammen und Visualisierungen, die Projekt- und Kontaktdaten aller Beteiligten, sowie Konzepte, Handreichungen und Logos und Bilddateien zum Download.



Visualisierung des Kulturnetzwerks

4.2.2. Außenkommunikation und neue Kommunikationswege

Botschafter für das Themenjahr

Der junge ostfriesische Musiker Enno Bunger und seine gleichnamige Band waren als Botschafter des Themenjahres „Land der Entdeckungen 2013“ geplant. Hierfür war angedacht, dass er eine Hymne eigens komponierte. Aufgrund von künstlerischen Schaffungskrisen konnte diese Vorhaben jedoch nicht realisiert werden. Auch eine alternativ angesprochene Künstlerin sah sich nicht in der Lage, ein solches Musikstück zu entwickeln, so dass die Koordinatoren letztendlich beschlossen, keinen musikalischen Botschafter für das Themenjahr 2013 zu etablieren.

Neue Kommunikationswege

Neu war die Einrichtung eines Kulturblogs auf der gemeinsamen Internetplattform www.ostfriesland.de. Wurden bisher Projekte und Veranstaltungen in einer eigenständigen Rubrik vorgestellt, fand die Ansprache der Gäste nun über den eigenen „Informationskanal für Kulturinteressierte“ auf der Website wesentlich direkter statt. Es handelte sich inhaltlich vor allem um persönliche Erfahrungsberichte von Partnern bei dem Besuch von Netzwerkveranstaltungen.

Weiterentwicklung der Online-Technik

Neben der damit einhergehenden Optimierung für den Google-Suchindex, wurden die Inhalte auch automatisch mit den gängigen Social-Media-Portalen verknüpft. Die Verbindung und Verknüpfung zu anderen Themenkomplexen der Destination wurde so dem Trend zum multioptionalen Gast gerechter.

Die Ostfriesland Tourismus GmbH konnte die Inhalte der Kulturrubrik von www.ostfriesland.de in eine „smartphonefähige“ Version verbessern. Hierbei handelt es sich um einen speziellen Typ einer mobilen Webseite, welcher sich an die

Bildschirmanforderungen von Smartphones, Tablet-PC´s etc. anpassen und vom Nutzer problemlos gelesen werden kann. Dies ermöglicht einen reibungslosen Zugang zum mobilen Netz.

Exkursion „Burgenplätze, Schlösser und Kirchen im Ammerland und in Friesland entdecken“ 1.6.2013

5. Pressearbeit

5.1. Pressekonferenzen

Zu den drei entscheidenden Auftritten des kulturtouristischen Themenjahres traten die Koordinatoren und Veranstalter gezielt an die Öffentlichkeit. In drei großen Pressekonferenzen wurde die Presse über den aktuellen Stand informiert:

- **Programmheft** zum Themenjahr am 7.2.2013 in Aurich
- **Start und Auftakt** „Land der Entdeckungen 2013“ am 17.01.2013 im Rathaus Leer
- **Halbzeit** des Themenjahres am 12. 7. 2013 in Aurich

17. Januar 2012

12. Juli 2013

5.2. Presseartikel

Während der Durchführung des Themenjahres 2013 wurden gezielt inhaltliche Presseartikel in den regionalen und überregionalen Medien gestreut. Zudem lieferten die Koordinatoren eine Vielzahl an Artikeln und Bildern z.B. für die „Ferienzeitung“ in der Herbst- sowie der Sommerausgabe oder zum Thema „Ostern im Land der Entdeckungen“ sowie

„Kinderprojekte im Land der Entdeckungen“. Auch für Magazine wie „Wirtschaft in Ostfriesland und Papenburg“, dem „Ostfriesland Magazin Juni 2013“ oder „Kulturland Oldenburg“ wurden gezielt Berichte verfasst.

5.2. Radio Beiträge

Der Nachrichtensender NDR 1 berichtete in zwei einstündige Sendungen auf Plattdeutsch über das Themenjahr, moderiert von Hanne Klöver. Die Koordination lieferte das dazugehörige Informationsmaterial sowie Vermittlung von Gesprächspartnern.

1. Zum Themenjahr „Land der Entdeckungen 2013“
2. Zu „Reise ins jüdische Ostfriesland“

5.4. Pressespiegel

Diese Presseresonanz wurde in einem Pressespiegel zusammengetragen. Das erste Halbjahr 2013 mit über 630 Artikeln zum und über das Themenjahr und seine Projekten ist bereits als Druckvariante komplett vorhanden.

Pressespiegel vom 1. Halbjahr 2013

5.5. Vorträge und Präsentationen

Während des gesamten Themenjahres war die Kulturagentur der Ostfriesischen Landschaft aktiv dabei, das Themenjahr in Ausschüssen, Gremien oder auf Vortragsveranstaltungen bekannt zu machen. Im Jahr 2013 wurde das „Kulturnetzwerk Ostfriesland“ auf insgesamt 14 Vorträge und Präsentationen in Ausschüssen und Gremien präsentiert, darunter in Bad Bevensen, Göttingen und Bad Segeberg.

Katrin Rodrian in Holzminden beim symbolische Netzwerkknüpfen

5.6. Betreuung einzelner Partner bei der Pressearbeit

Die Koordination unterstütze kleinere Partner bei ihrer Pressearbeit. Beispielsweise die Radführung „Starke Frauen in Aurich erfahren und entdecken“ der Stadtführervereinigung Aurich. In einem Pressetermin vor Ort wurde beispielhaft eine Straße angefahren, zu deren Namen die historische Bedeutung verdeutlicht wurde.

Pressekonferenz Starke Frauen in Aurich erfahren und Entdecken

6. Mehrwerte

6.1. Reise ins jüdische Ostfriesland

Logo „Reise ins Jüdische Ostfriesland“

Reise ins jüdische Ostfriesland – „As Gotteshusen brannt hebben“

Im Rahmen von „Land der Entdeckungen 2013“ entstanden einige Kooperationsprojekte, bei dem sich Kulturpartner eigens unter einem Thema zusammengefunden hatten. Als ein herausragendes Netzwerkprojekt gilt für das Jahr 2013 „Reise ins jüdische Ostfriesland“. Am 9. November 2013 jährte sich zum 75. Mal die Pogromnacht von 1938 in Deutschland. Dies hatten 17 Einrichtungen, davon neun Museen und fast alle ehemaligen Synagogengemeinden zum Anlass genommen, sich unter dem Titel „Reise ins jüdische Ostfriesland“ zusammenzuschließen. Dieses Projekt sollte daher an das einst lebendige jüdische Leben in der Region erinnern. Die Projekte zeigten in beeindruckender Weise, wie ein Thema aus ganz unterschiedlichen Blickwinkeln betrachtet werden kann.
Durch die Förderung aus Mitteln des Niedersächsischen Ministeriums für Wissenschaft und Kultur [und**?]** dem Verein zum Erfassen, Erschließen und Erhalten der historischen Sachkultur im Weser-Ems-Gebiet e.V. (REGIALOG) konnte eine Publikation zu dem Thema erstellt werden, in der auf 68 Seiten alle Projekte sowie in Form eines kleinen Reiseführers die Stätten jüdischen Lebens an 17 Orten der Ostfriesischen Halbinsel erläutert werden. Die fachkompetente Arbeit der vier Regialog-Teilnehmerinnen Christina Kramer, Miriam Müller, Nina Gaiser und Michaela Ölsner haben diese umfangreichte Publikation ermöglicht. Die Broschüre erschien in einer Auflage von 33 000 Stück und wurde bundesweit als auch aus den benachbarten Ländern vielfach angefragt. Höhepunkt dieses Kooperationsprojektes bildete eine gleichnamige Veranstaltung am 1. November 2013 im Landschaftsforum, die vor 140 Besuchern stattfand. Dr. Werner Meiners referierte als langjähriger Leiter des Arbeitskreises „Geschichte der Juden“ in der Historischen Kommission für Niedersachsen und Bremen zu „Ostfriesland – Ein norddeutsches Zentrum jüdischen Lebens im historischen Vergleich vom 16. bis 20. Jahrhundert“. Die Folkgruppe Laway und ihre musikalischen Freunde spielten Auszüge ihrer Konzertreihe „As Gotteshusen brannt hebben“ und die beiden Regialog-Teilnehmerinnen Nina Gaiser und Michaela Ölsner stellten erstmalig mit „25 Jahre Arbeitskreise zur Geschichte des Judentums in Ostfriesland“ die jahrzehntelange Erinnerungskultur durch die Arbeitskreise in Ostfriesland vor.

Das aus dem Themenjahr entstandene Unterprojekt „Reise ins jüdische Ostfriesland“ entwickelte sich zu einem großen Netzwerk aus 22 ehemaligen Synagogengemeinden und Arbeitskreisen. Im November 2013 fanden anlässlich der 75. Wiederkehr der Reichspogromnacht zahlreiche Veranstaltungen statt, die sich mit der jüdisch-(ost)friesischen Geschichte befassten und die gemeinsame Vergangenheit beleuchteten. Ein Symposium bildete dazu den Auftakt.

„Reise ins Jüdische Ostfriesland“ wollte mit ihren Angeboten dem vielfältigen jüdischen Leben in Ostfriesland bis zur Shoah wieder ein Gesicht geben. Erstmalig wurde im Rahmen des Projektes auch eine Ostfriesland-Haggadah erstellt: Zwei Norder Künstler thematisieren darin den Auszug der Juden aus Ägypten.

Die „Reise ins Jüdische Ostfriesland“ präsentierte sich unter einem eigenen Logo mit eigenem Programmheft und ist damit ein sehr bemerkenswertes Netzwerkprojekt, von großer Nachhaltigkeit.

- ➔ eigene Marketingförderung (18.500€)
- ➔ eigenes Logo
- ➔ Netzwerktreffen
- ➔ Vortragsveranstaltung
- ➔ Dokumentation

Pressefoto Runder Tisch 12.9.2013

Pressefoto Veranstaltung 1.11.2013

6.2. Wirtschaft ist eingebunden

Fassadenbanner in Wittmund

Fassadenbanner in Emden

Die Ende 2012 erstellte Broschüre „Kultur als harter Standortfaktor“ hat die Wirtschaft auf die Erfolge der kulturtouristischen Vernetzung aufmerksam gemacht.

Die Emder Geschäfte der Innenstadt griffen das Motto des Themenjahres auf und begrüßten die Besucher mit einem Banner am ehemaligen Emder Kaufhaus mit der Aufschrift „Entdecken Sie Emden“. Ebenso wurde am Landkreisgebäude in Wittmund ein Fassadenbanner „Entdecken Sie das Harlingerland“ errichtet.

6.3. Netzwerk in Netzwerk

Eröffnung „Alter Hafen Weener“

2013 wurden zusätzlich 15 neue nachhaltige Kulturnetzwerke in der Region initiiert. Beispielsweise bündeln Netzwerke wie „Wiesnöös Weeken“ in Westoverledingen rund 100 Kulturschaffende in einem grenznahen Raum zu einer Kultur-Agenda. Diese Bündelung wurde auch im Jahr 2014 fortgeführt.
Deutsch-niederländische Künstler organisieren mittlerweile regelmäßig gemeinsame Kunstveranstaltungen in Weener, den „Alten Hafen Weener“ im Themenjahr oder für 2014 den „KinderKultur-Monat“.

7. Vermarktung

Selbstverständlich gab es einen offiziellen Internetauftritt mit allen Projekten und Terminen unter www.ostfriesland.de. Neu hinzugekommen ist der „Reisexperten-Blog“ mit persönlichen Berichten von den Veranstaltungen. 2013 wurden 25 Berichte verfasst, die Besuche bei Partnerveranstaltungen thematisierten und fotodokumentierten.

7.1. Messen 2013

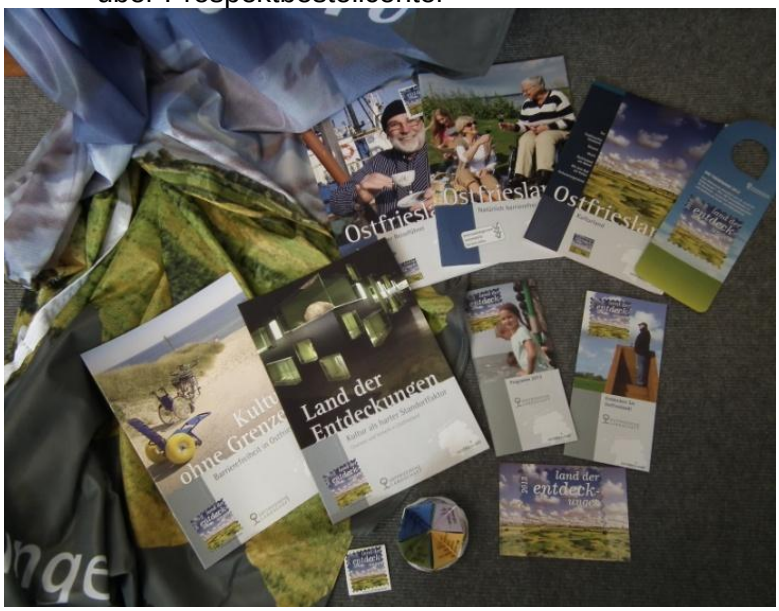
Ebenfalls erfolgreich verlief die Präsentation auf Messen: 2013 wurde Ostfriesland über den Gemeinschaftsstand der AG auf der ITB in Berlin, dem German Travel Market in Stuttgart, dem RDA-Workshop in Köln, der Rehacare in Düsseldorf, der Rehab in Karlsruhe und dem World Travel Market in London präsentiert.

Reisemesse Reisewelt Düsseldorf	03.02.2013
Reise-Info Tage HNA in Kassel	21.-22.02.13
Reisebörse Viernheim /Mannheim	01.-02.03.13
ITB Berlin	06.-10.03.13
Touristikwelt Mainz	16.-18.03.13
NDR Landpartiefest Plön	01.-02.06.13
Do-City bewegt sich	07.-08.06.13

7.2. Verteilung der Produkte

Alle Printprodukte zum Themenjahr „Land der Entdeckungen 2013“ wurden systematisch an alle Kultur- und Tourismus-Einrichtungen verteilt. Außerdem wurde es ganz gezielt politischen Entscheidungsträgern zugesandt und auf Tourismusmessen verteilt.

- an alle 105 Einrichtungen der Projektpartner
- 200 Kultureinrichtungen der Ostfr. Halbinsel
- alle Tourist-Infos der Ostfr. Halbinsel
- auf Tourismus-Messen
- Mitglieder des Bundestags
- Mitglieder des Landtags
- über Prospektbestellcenter



Die Produktpalette der Vermarktungsmedien

8. Nachbereitungsphase 2014

In der Nachbereitungsphase 2014 wurde die Vermarktung barrierefreier Angebote weitergeführt. Zudem wurde ein Fragebogen zur Auswertung der Bedürfnisse der Netzwerkpartner ausgewertet und zusammen mit allgemein erhobenen Daten wie Besucher- oder Klickzahlen in einem Bericht zusammengefasst. Eine Dokumentation zum Abschluss des Gesamtprojekts fasste alle wesentlichen Merkmale und Ereignisse zusammen.

Zeitgleich wurden Bemühungen zur Verstetigung des Netzwerks unternommen. Der Arbeitskreis „Kulturnetzwerk Ostfriesland“ beschloss, das Marketinginstrument „Themenjahr“ zu einer Marke weiterentwickeln zu wollen und begann mit der Etablierung des Titels „Land der Entdeckungen“ plus die jeweilige Jahreszahl des Durchführungszeitraums und inklusive des Bilds der „Zackenmarke“ einen wesentlichen Wiedererkennungseffekt. Bemühungen um neuer Fördergelder zur übergangslosen Weiterarbeit an diesem Ziel wurden ebenfalls unternommen.

Signet von „Land der Entdeckungen 2013“

9. Mitwirkende

- ➔ 3.000 Kulturschaffende und Touristiker der Ostfriesischen Halbinsel
- ➔ 55 Netzwerke
- ➔ 105 Einrichtungen und Projektpartner
- ➔ 60 Standorte in 45 Kommunen aus den Landkreisen Ammerland, Aurich, Friesland, Leer, Wittmund sowie den kreisfreien Städten Emden und Wilhelmshaven.
- ➔ Arbeitskreis „Kulturnetzwerk Ostfriesland“ bestehend aus den elf großen Kultureinrichtung, der Ostfriesland Tourismus GmbH und der Oldenburgischen Landschaft

9.1. Koordinatoren: Die Ostfriesische Landschaft

Die Ostfriesische Landschaft ist der Projektträger für das „Kulturnetzwerk Ostfriesland". Sie hat sich seit ihrer Gründung vor über 500 Jahren von einer historischen Ständeversammlung hin entwickelt zu einer modernen regionalen Kultureinrichtung, die sich der Tradition einer Region verpflichtet sieht. Sie nimmt im Auftrage ihrer Gebietskörperschaften und des Landes Niedersachsen zentrale kommunale und dezentrale staatliche Aufgaben auf den Gebieten von Kultur, Wissenschaft und Bildung wahr und betreibt dazu entsprechende Einrichtungen.
Die Ostfriesische Landschaft ist die traditionsreichste Einrichtung auf der gesamten Ostfriesischen Halbinsel und strebt danach, die regionalen Schätze zu erschließen und im Verbund zu präsentieren. Dank ihrer direkten Verbindung zu beinahe allen Kultureinrichtungen der Region wie auch in die Politik ist sie Motor und Multiplikator in einem. Sie kann Erfahrungswissen und Ressourcen einbringen, um eine breite Bekanntheit und Akzeptanz zu gewährleisten und Unterstützung bei der Abstimmung und Kommunikation zu geben.

9.2. Marketing: Ostfriesland Tourismus GmbH

Aufbauend auf das „Touristischen Leitbild und Vermarktungskonzept für den Raum Ostfriesland" wurde 2004 die Ostfriesland Tourismus GmbH gegründet.
Als wesentliche Aufgaben wurden die gemeinsame Imagewerbung für Ostfriesland, d.h. der Aufbau einer einheitlichen Werbelinie für Ostfriesland, die gemeinsame Vermarktung der Region unter einem Dach und damit die Gestaltung und Strukturierung des Marketings nach innen und außen, definiert. Das interne Marketing zielt auf ein einheitliches Verständnis für bzw. eine Identifikation mit Ostfriesland ab. Gleichzeitig wird das externe Marketing, über das Stammkunden aber vor allem auch Neukunden angesprochen werden, auf die Besonderheiten der Teilräume und vor dem Hintergrund einer einheitlichen Wahrnehmung Ostfrieslands mit seinen Besonderheiten aufeinander abgestimmt. Die Gewinnung von Neukunden steht für die Ostfriesland Tourismus GmbH im Vordergrund der Marktbearbeitung. Hierbei werden Neukunden sowohl über die erfolgreiche Positionierung der Themen am Markt als auch durch die Bearbeitung neuer Quellmärkte gewonnen.

9.3. Die Haupt- bzw. Gründungspartner Kultur

Das Kulturnetzwerk wurde in Kooperation mit elf Partnerinstitutionen durchgeführt, die als Haupt- und teils Gründungspartner die inhaltliche Abstimmung getroffen haben und welche die Thematik "Land der Entdeckungen 2013" in sehr unterschiedlichen Projekten thematisierten. Ausgehend von diesen Hauptpartnern ist das Projekt so konzipiert, dass sich zu dem gemeinsam entwickelten Oberbegriff möglichst viele Veranstalter und Institutionen mit einbringen können. Dies setzte ein qualitativ hochwertiges Angebot und deren professionelle Umsetzung voraus.

Die Hautpartner und damit Mitglieder des „Arbeitskreis Kulturnetzwerk Ostfriesland" waren:

- Kunsthalle Emden
- Kunsthalle Wilhelmshaven
- Landesbühne Nord
- Museumsdorf Cloppenburg/Nds. Freilichtmuseum

- Oldenburgische Landschaft
- Organeum Weener
- Ostfriesische Landschaft
- Ostfriesisches Landesmuseum
- Ostfriesland Tourismus GmbH
- Park der Gärten
- Schlossmuseum Jever

9.4. Die Projektpartner in der Durchführung aus Kultur und Tourismus

In der Durchführung der Veranstaltungen, die zum Themenjahr „Land der der Entdeckungen 2013“ eigens konzipiert wurden, waren 103 Projektpartner beteiligt. Diese waren:

Auf der Suche nach adeligen Spuren im Harlingerland

1. Schinkenêum F.W. Meyer
2. Apen Touristik/Verkehrsverein
3. Kunstschule Aurich/Miraculum Mach-mit-Museum
4. Kulturgesichter
5. Historisches Museum Aurich / Museumsverbund Ostfriesland
6. Ostfriesische Landschaft - Landschaftsforum
7. Atelier Route - Initiative für Kunst-Hand-Werk und Design in Ostfriesland
8. Stadtführervereinigung Aurich
9. Gartenkulturzentrum Niedersachsen - Park der Gärten gGmbH
10. Bad Zwischenahner Touristik GmbH
11. Kurverein Nordseeheilbad Esens-Bensersiel e. V. / Museum "Leben am Meer"
12. Galerie Navalis
13. Heimatverein der Insel Borkum e. V.
14. Deutsches Sielhafenmuseum Carolinensiel
15. Niedersächsisches Freilichtmuseum / Museumsdorf Cloppenburg
16. Akademie Dangast
17. Franz Radziwill Haus
18. Gedenkstätte „Synagoge Dornum“
19. Dornumer Kunsttage
20. Ostfriesisches Landesmuseum Emden
21. Pelzerhäuser des Ostfriesischen Landesmusems Emden
22. Naturforschende Gesellschaft zu Emden von 1814
23. Emder Kunst
24. Max Windmüller Gesellschaft
25. Kunsthalle Emden Stiftung Eske u. Nannen & Schenkung Otto van de Loo
26. Malschule der Kunsthalle Emden
27. Museum „Leben am Meer“ / Museumsverbund Ostfriesland
28. Städtische Galerie Müllerhaus
29. August-Gottschalk-Haus
30. Ostfriesisches Schulmuseum Folmhusen e.V / Museumsverbund Ostfriesland

31. Landkultur Freepsum e.V.
32. Bürgerverein Horsten e.V.
33. Skulpturengarten Funnix
34. Fehnmuseum Eiland e.V.
35. Künstlerhaus Hooksiel
36. Blaudruckerei im Kattrepel
37. Schlossmuseum Jever -Zweckverband Schlossmuseum Jever
38. Küstenmuseum Juist / Museumsverbund Ostfriesland
39. Osterburg Groothusen
40. Ländliche Akademie Krummhörn e. V. (LAK)
41. Evangelisch reformierte Kirche Jennelt / Krummhörner Orgelfrühling
42. Kurverwaltung Langeoog
43. Heimatmuseum Leer / Museumsverbund Ostfriesland
44. Volkshochschule Leer
45. Ernst Pagels Garten gGmbH
46. Stadt Leer
47. Landkreis Leer
48. Kreismusikschule Leer
49. BBK Ostfriesland
50. Ostfriesland Tourismus GmbH
51. Fliesen aus Friesland
52. Tourist-Information Neuharlingersiel
53. Museum im Landrichterhaus - Zweckverband Schlossmuseum Jever
54. Heimatverein Gödens-Sande e.V.
55. Kunsthaus Norden
56. Ostfriesisches Teemuseum Norden / Museumsverbund Ostfriesland
57. Wirtschaftsbetriebe der Stadt Norden GmbH
58. Ev.-luth. Ludgerikirchengemeinde Norden
59. Ökumenische Arbeitsgruppe Synagogenweg Norden
60. Deutsch-Israelische Gesellschaft- Ostfriesland
61. Bade~museum Norderney
62. Oldenburgische Landschaft
63. Hans Hermann Briese & Klaus Spencker
64. Museum im Landrichterhaus / August Gottschalk Haus.
65. Museumsverbund Ostfriesland
66. Mühlenmuseum Pewsum/ Museumsverbund Ostfriesland
67. KomRegis Verlag
68. Palais Rastede / Residenzort Rastede
69. Fehn- und Schiffahrtsmuseum West- Rhauderfehn / Museumsverbund Ostfriesland
70. TAG - Theater e. V.
71. PFERDESTALL - Zentrum für Kinder, Jugendliche und Familien
72. Spiekerooger Kulturstiftung
73. Nordseebad Spiekeroog GmbH
74. Ev.-ref. KirchengemeindeStapelmoor
75. Dell'arte dienstverlening in kunst en vormgeving VOF
76. Kulturkreis ""tom Brook" e. V.
77. Moormuseum Moordorf e.V.
78. Dörpmuseum Münkeboe
79. Interessengemeinschaft Zeitreise
80. Verein Gulfhof Ihnen e.V.
81. Verein Gedenkstätte KZ-Engerhafe e.V.
82. Landarbeitermuseum Suurhusen / Museumsverbund Ostfriesland
83. Tourist Info Uplengen
84. Heimatmuseum Rheiderland / Museumsverbund Ostfriesland
85. Organeum Weener
86. Arbeitskreis 50. Jahrestag Synagogenbrand Weener

87. Stadt Weener
88. Heimat- und Verkehrsverein Werdum
89. Touristik Westerstede e.V.
90. Gemeinde Westoverledingen / Kulturvereine in WOL
91. Susannes Buchhandlung / NachObenOffen
92. Wilhelmshaven Tourismus und Freizeit GmbH
93. Küstenmuseum Wilhelmshaven
94. Deutsches Marinemuseum
95. Kunsthalle Wilhelmshaven
96. Sezession Nordwest
97. Nationalparkverwaltung Niedersächsisches Wattenmeer / Zugvogeltage
98. Landesbühne Niedersachsen Nord GmbH
99. Ostfriesischer Kunstkreis e.V
100. Gemeinde Zetel – Kulturbüro
101. *ausgefallen*: Heimatverein der Insel Borkum e. V.
102. *ausgefallen*: Klosterstätte Ihlow
103. *ausgefallen*: SKN Verlag / Ostfriesisches Landesmuseum Emden

Filztanz auf der Osterburg Groothusen

9.5. Kooperationspartner: Oldenburgische Landschaft

Einen entscheidenden Vorteil in der Regionen übergreifenden Vernetzung bot die enge und konstruktive Zusammenarbeit mit der Oldenburgischen Landschaft, die auch im Arbeitskreis „Kulturnetzwerk Ostfriesland“ aktiv vertreten war. Die Oldenburgische Landschaft brachte sich im Rahmen des Themenjahres „Land der Entdeckungen 2013“ noch mehr als bisher für die Vernetzung der Kulturträger in ihrem Wirkungsbereich einsetzen. Neu war zudem, dass sie sich mit einem eigenen Projekt an dem Veranstaltungsjahr.

70 Partner des Kulturnetzwerk Ostfriesland haben sich bereits als Kooperation in das kulturtouristische Themenjahr „Land der Entdeckungen 2013“ eingebracht, beispielsweise die Atelierroute, der BBK Ostfriesland, die Sezession Nordwest oder die Akademie Dangast. Insgesamt wurden rund 33 Kulturnetzwerke in das Themenjahr „Land der Entdeckungen 2013“ eingebunden. Es haben sich eigens für das Themenjahr 2013 auch neue Kooperationsprojekte gegründet, so z.B. der „Alte Hafen Weener“ oder die „Wiesnöös Weeken“ in Westoverledingen, sowie „Reise in jüdische Ostfriesland“. Insgesamt wurden so 13 neue Kooperationsnetzwerke geschaffen.

10. Ergebnisse

Das Projekt „Land der Entdeckungen 2013 griff die Strukturen der beiden vorangegangenen Themenjahre auf und schuf mit dem „Kulturnetzwerk Ostfriesland“ ein solides Fundament für eine solche

Netzwerkkooperation.
Es wurden neue Bausteine aufgesetzt wie z.B. die Servicestelle Drittmittelakquise und bestehende Aufgaben fortgeführt.
Zahlen – Daten – Fakten

Im Jahr 2013 wurden 478.000 Besucher gezählt.

Auszeichnung und anderes:

1.
Auf Bundesebene wurde das Kulturnetzwerk Ostfriesland vom Deutschen ReiseVerband in der Kategorie „Tourismusperspektiven in ländlichen Räumen“ (gefördert durch das Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie) als herausragend zertifiziert.
2.
Auf Landesebene hat das Niedersächsische Ministerium für Wirtschaft, Arbeit und Verkehr das Kulturnetzwerk Ostfriesland als nennenswertes Beispiel gelobt.
3.
Ostfriesland Tourismus GmbH erhielt als Leadpartner des Kulturnetzwerks Ostfriesland mit dem Serviceaspekt „Barrierefreiheit“ den DB Award. Unter dem Aspekt „Tourismus für Alle“ konnte Ostfriesland mit dem kulturtouristischen Themenjahr „Land der Entdeckungen 2013“ für sich den ersten Platz entscheiden. Begründungen der Jury zum 1. Platz: „Ostfriesland ist Gewinner des Awards „Tourismus für Alle“. Die Deutsche Bahn würdigt damit den ganzheitlichen Ansatz, die Vernetzung von unterschiedlichen Leistungsträgern und das breite Angebotsspektrum zum nachhaltigen Ausbau eines barrierefreien Tourismus in der Ferienregion.“
4.

Ostfriesland Tourismus GmbH hat mit ihrer im Rahmen des Themenjahres „Land der Entdeckungen 2013“ erstellten Broschüre „Barrierefrei reisen“ in Stuttgart den Goldenen Rollstuhl 2015 gewonnen.
5.
Das Kulturnetzwerk Ostfriesland erhielt zudem eine Sonderanerkennung bei dem Wettbewerb Wettbewerb der Wüstenrot Stiftung „Land und Leute - Unsere Zukunft in kleinen Gemeinden“. Als Begründung wurde gelobt, dass es der Förderung des Tourismus und der Pflege von Identität, Tradition und gemeinschaftlichem Leben diene.

10.1. Modellprojekt

Das Kulturnetzwerk Ostfriesland gilt mittlerweile weithin als Modellprojekt Kultur im ländlichen Raum und wurde bundes- und landesweit als „Best Practice“ ausgezeichnet. Diese Auszeichnungen bezog sich auf zwei wesentliche Merkmale:
a) Gezielter Einsatz von Kultur als Standortfaktor.
Das Netzwerk von Kulturschaffende und Touristikern will zum „Imagewandel ohne Identitätsverlust“ für Ostfriesland beitragen. Imagekomponenten wie Weite, Deiche, Kühe sollen um hochwertige kulturelle Aspekte ergänzt werden, um die Wahrnehmung von Qualität und Kulturerbe vor Ort zu stärken. Kulturangebote schaffen weiterhin Anreize für potenzielle Fachkräfte, mit ihren Familien in die Region zu kommen und führen Kulturtouristen in eine authentische wie anspruchsvolle Urlaubsdestination. Kultur als harter Standortfaktor bietet Unternehmen zudem die Möglichkeit, sich in der Region verstärkt zu engagieren und so Ostfriesland weiter zu fördern und die Zukunft erfolgreich zu gestalten.
b) Schlüsselstrategien, Erfolgsfaktoren, Innovationen
Die Zielgruppenschärfe in Angebot und Kommunikation wird durch hochwertige, flexibel kombinierbare Kulturbausteine, stringent als Qualitätsprodukt ver-marktet und kontrolliert. Dies geschieht unter anderem über Medienpartnerschaften und Ansprache sowohl von Gästen als auch von Einheimischen, zudem durch gezielte Kooperationen mit Partnern.
Eine Professionalisierung des Marktauftritts vor allem kleinerer Anbieter erfolgt durch die Bündelung starker und zuverlässiger Partner wie die Ostfriesland Tourismus GmbH. Durch sie erfolgt die Einbindung der Themenjahre in die die Destination Management Organisation.

10.2. Reichweite

Mit drei Themenjahren seit 2007 insgesamt 1,5 Mio. Besucher erreicht. Die meisten Besucher kamen dabei aus Nordrhein-Westfalen.

Presseartikel erschienen neben den regionalen Zeitungen auch in der „Welt und „Welt online“, der „Westfälischen Zeitung“, im Jahresbericht der EWE-Stiftung oder in der Zeitschrift der Industrie- und Handelskammer Lüneburg-Wolfsburg. Regionale TV-Sender berichteten mehrfach, wie z.B.: Fri-TV, NWZ TV, Radio Bremen TV oder Radio Jade.

Loquard, Netzwerkpartner „Fliesen aus Frisland“

10.3. Anregung für andere

Die Regionen übergreifende Vernetzung zugunsten qualitativ hochwertiger Kulturtouristischer Veranstaltungen ist Vorbild für andere Regionen:
Vergleichbare Initiativen wie z.B. „Expeditionen“ des Landkreises Bad Segeberg, „Süße Frucht und Schwarzer Tee“ im Osnabrücker Land sowie das neu gegründete Kulturnetzwerk im südlichen Niedersachsen richten sich nach dem Vorbild in Ostfriesland. Die beteiligten Personen suchen den Rat und Austausch mit der Koordination.

12. Fazit

Das Themenjahr hat weitgehend zum Imagewandel ohne Identitätsverlust für Ostfriesland beigetragen und Ostfriesland weitestgehend als Kulturdestination bekannt gemacht.

- Ostfriesische Halbinsel ist als attraktive Kulturdestination etabliert
- Die überregionale Wahrnehmung wurde erhöht
- Die Lebensqualität Einheimischer wurde erhöht
- Die Identifizierung der Einheimischen mit den kulturellen Besonderheiten ihrer Region wurde gesteigert
- Die einzelnen Kulturpartner erhielten im Verbund größere Bekanntheitsgrad
- Ressourcen wurden gebündelt und fokussiert
- Es sind neue Ideen und Kooperationen entstanden
- Die Vernetzung von Netzwerke wurde gesteigert
- Kultur, Tourismus, Wirtschaft und Kommunalpolitik zogen an einem Strang

Nicht erreicht werden konnten die Ziele „Besucherzahlen steigern“ und „musikalischer Botschafter für das Themenjahr“. Dies lag zum einen an den üblichen Schwankungen im wetterabhängigen Tourismus, und zum andere an der beschriebenen Schaffenskrise des musikalischen Künstlers.

Abschließend kann festgestellt werden, dass Kultur im touristischen Angebot der Region längst kein Nischenprodukt mehr ist, sondern ein für Ostfriesland bedeutsamer Wirtschaftsfaktor.

Die Verknüpfung von Kultur, Natur und Tourismus im ländlich geprägten Ostfriesland mit urbanen Zentren hat durch das „Kulturnetzwerk Ostfriesland“ eine Basis geschaffen, die den wirtschaftlichen Standortvorteile zugutekommen und einen weiteren stetigen Aufbau erfahren. Das Kulturnetzwerk Ostfriesland mit seinen kulturtouristischen Angeboten hat weiterhin zum Ziel, den wirtschaftlichen Standortfaktor auf der gesamten Ostfriesischen Halbinsel weiter zu stärken und weiter auszubauen.

Aurich, März 2015

Katrin Rodrian

Niedersächsisches Ministerium
für Wirtschaft, Arbeit und Verkehr

Dieses Projekt wird mit Mitteln des Europäischen Fonds für regionale Entwicklung gefördert.

EUROPÄISCHE UNION
Europäischer Fonds für regionale Entwicklung

Europa fördert Niedersachsen
www.eu-foerdert.niedersachsen.de