

Pressemitteilung

06.08.2026

Coolcation auf Norderney: Urlaub bei gemäßigten Temperaturen

Wenn die Temperaturen in den Städten steigen, wächst bei vielen Menschen die Sehnsucht nach frischer Luft, Wasser und Erholung. Mit ihrer Sommerkampagne greift die Tourismus-Agentur Nordsee GmbH, kurz TANO, genau dieses Bedürfnis auf. Unter dem Slogan „Mach Deinen Sommer zur Coolcation“ wirbt sie für einen Aufenthalt an der niedersächsischen Nordsee.

Die TANO setzt damit ihre Coolcation-Kampagne aus dem Vorjahr fort. Das diesjährige Kampagnenmotiv zeigt einen Seehund, der von einer Welle umspült wird. Die KI-generierten Bewegtbilder werden wetterabhängig auf digitalen Werbeflächen am Kölner Hauptbahnhof und am benachbarten U-Bahnhof Dom/Hauptbahnhof ausgespielt. Insgesamt kommen dort 53 Flächen zum Einsatz. Die Werbung erscheint gezielt bei höheren Temperaturen und in regenfreien Phasen. Ergänzt wird die Kampagne durch Anzeigen in den sozialen Medien und eine eigene Themenseite.

Der Begriff „Coolcation“ verbindet die englischen Wörter „cool“ und „vacation“. Er beschreibt Urlaubsreisen in Regionen, in denen gemäßigte Temperaturen, Natur, Wasser und frische Luft eine Alternative zur sommerlichen Hitze bieten.

Für Norderney ist dieser Reisetrend besonders interessant. Die Insel verfügt mit ihrem maritimen Klima, den weitläufigen Stränden, der Nordsee und dem UNESCO-Weltnaturerbe Wattenmeer bereits über viele Eigenschaften, die mit einer Coolcation verbunden werden. Hinzu kommen vielfältige Möglichkeiten für Bewegung, Naturerlebnisse, Kultur, Thalasso und wetterunabhängige Erholung.

„Die Kampagne der TANO greift ein Bedürfnis auf, das für den Tourismus an der gesamten niedersächsischen Nordsee zunehmend an Bedeutung gewinnen kann“, erklärt Kurdirektor Wilhelm Loth. „Norderney bringt viele Voraussetzungen mit, um Menschen anzusprechen, die ihren Sommer bewusst am Meer, in der Natur und bei vergleichsweise gemäßigten Bedingungen verbringen möchten.“

Sommerurlaub aus einer neuen Perspektive

Coolcation steht nicht für Kälte und auch nicht für den Verzicht auf einen klassischen Sommerurlaub. Im Mittelpunkt steht vielmehr eine andere Form des Sommererlebnisses: frische Luft statt drückender Hitze, Bewegung in der Natur, Erholung am Wasser und vielfältige Möglichkeiten, den Aufenthalt unabhängig von einzelnen Wetterlagen zu gestalten.

PRESSEKONTAKT:

UWE SCHNEIDER

T +49 (0)4932 891-196

MAIL: SCHNEIDER@NORDERNEY.DE

STAATSBAD NORDERNEY GMBH

AM KURPLATZ 1

26548 NORDERNEY

NORDERNEY

meine Insel

Für Norderney bedeutet dies, bereits vorhandene Stärken aus einer neuen Perspektive zu betrachten. Strandtage, Radtouren, Wassersport, Spaziergänge und Naturerlebnisse gehören ebenso dazu wie Gesundheits-, Kultur- und Freizeitangebote.

Eine mögliche Erzählung für die Insel könnte dabei lauten:

Norderney – der Sommer, der durchatmen lässt.

„Norderney muss für diesen Trend kein neues Urlaubsversprechen erfinden“, so Loth. „Frische Nordseeluft, Weite, Strand, Bewegung und Regeneration prägen das Inselerlebnis schon heute. Die Coolcation-Kampagne bietet einen zeitgemäßen Anlass, diese Qualitäten noch bewusster wahrzunehmen.“

Wettermielfalt als Teil des Inselerlebnisses

Zu einer Coolcation an der Nordsee gehört auch ein ehrlicher Umgang mit der Wettermielfalt. Denn das Urlaubserlebnis auf Norderney hängt nicht allein von Sonnenschein ab.

Bei sommerlichem Wetter stehen Strand, Baden, Radfahren, Wassersport und Naturerlebnisse im Mittelpunkt. Wind gehört zur Nordsee und macht Spaziergänge am Wasser oder Aufenthalte am Strand besonders intensiv. An regnerischen Tagen bieten unter anderem das bade:haus, das Conversationshaus, das Kurtheater, Veranstaltungen, Gastronomie und Einzelhandel vielfältige Möglichkeiten.

Statt ausschließlich zwischen gutem und schlechtem Wetter zu unterscheiden, kann die besondere Stärke Norderneys deshalb in seiner hohen wetterunabhängigen Aufenthaltsqualität liegen.

Coolcation und Thalasso

Ein besonderes Profilmerkmal der Insel ist die Verbindung von Nordseeklima und Thalasso. Das bade:haus Norderney, die Thalasso-Plattformen sowie zahlreiche Gesundheits-, Bewegungs- und Entspannungsangebote machen die natürlichen Elemente der Nordsee unmittelbar erlebbar.

Damit lässt sich der Coolcation-Gedanke auf Norderney um eine zusätzliche Dimension erweitern. Es geht nicht nur darum, hohen Temperaturen auszuweichen, sondern um einen Aufenthalt, der Natur, Bewegung, Regeneration und persönliches Wohlbefinden miteinander verbindet.

„Die Kombination aus Meer, Nordseeklima, Bewegung und Thalasso ist ein gewachsenes Merkmal Norderneys“, erklärt Loth. „Coolcation kann dabei helfen, diese Verbindung in einen aktuellen touristischen Zusammenhang einzuordnen, ohne bestehende Angebote lediglich mit einem neuen Begriff zu versehen.“

Ein Impuls für die gesamte Nordseeregion

Mit der Kampagne positioniert die TANO die niedersächsische Nordsee überregional als sommerliches Reiseziel. Potenzielle Gäste werden dabei genau dann angesprochen, wenn hohe Temperaturen in den Städten den Wunsch nach Abkühlung besonders deutlich werden lassen. Die ergänzende Kommunikation über soziale Medien und die Kampagnenseite überträgt die Botschaft zusätzlich in den digitalen Raum.

Für die einzelnen Orte und Inseln entsteht daraus die Möglichkeit, die gemeinsame Nordsee-Botschaft mit ihren jeweiligen Besonderheiten zu konkretisieren. Auf Norderney sind dies insbesondere Strand und Meer, Thalasso, Natur, Bewegung, Kultur und ein breites wetterunabhängiges Angebot.

Welche weitergehende Bedeutung Coolcation künftig für die touristische Kommunikation und Angebotsentwicklung Norderneys haben kann, ist derzeit noch offen. Konkrete neue Maßnahmen oder Konzepte sind damit zunächst nicht verbunden.

Perspektiven über den Hochsommer hinaus

Das Thema Coolcation kann zudem über die besonders heißen Wochen des Jahres hinausreichen. Auch der Frühsommer sowie der Spätsommer und Herbst bieten auf Norderney gute Bedingungen für Bewegung, Naturerlebnisse und bewusste Auszeiten.

Damit könnte der Reisetrend perspektivisch dazu beitragen, die Qualitäten der Insel auch außerhalb der klassischen Hauptreisezeit stärker sichtbar zu machen. Besonders für Gäste, die nicht an Ferienzeiten gebunden sind, können gemäßigte Temperaturen und eine ruhigere Atmosphäre attraktive Reiseanlässe darstellen.

„Wir verstehen Coolcation zunächst als einen interessanten Impuls für die gesamte Nordseeregion“, betont Loth. „Die TANO schafft mit ihrer Kampagne Aufmerksamkeit für das Thema. Für Norderney bietet sich damit die Gelegenheit, die eigenen Stärken in diesen größeren Zusammenhang einzuordnen und die weitere Entwicklung aufmerksam zu beobachten.“

NORDERNEY

meine Insel

Mit ihrer Verbindung aus Nordseeklima, Strand, Natur, Thalasso, Bewegung, Kultur und wetterunabhängigen Erlebnissen verfügt die Insel bereits heute über eine starke Grundlage für einen Sommerurlaub, bei dem Gäste im wahrsten Sinne des Wortes durchatmen können.