

Insta-Reise »Familienzeit«: Acht Content-Creator-Familien besuchten vom 1. März bis 19. April 2026 die Insel Föhr

Wyk auf Föhr, 20. April 2026 – Mit der Abreise der letzten Content-Creator-Familie endete gestern die Insta-Reise »Familienzeit«. Das Pilotprojekt der Föhr Tourismus GmbH (FTG) und des Museums Kunst der Westküste (MKdW) fand vom 1. März bis zum 19. April 2026 in Zusammenarbeit mit lokalen Partnern der Insel Föhr statt. Aus 83 Bewerbungen wählten die beiden Veranstalter vorab zehn Familien aus. Acht dieser Familien traten die Reise schließlich an. Im Rahmen der Social-Media-Kampagne hielten sie ihre Eindrücke von Föhr in Stories, Reels und Feed-Beiträgen authentisch für Instagram fest. Über eine mögliche Fortführung des Projekts entscheiden FTG und MKdW nach Abschluss der laufenden Online-Evaluationen mit den teilnehmenden Familien und Kooperationspartnern.

Die Familien verbrachten je nach Reisezeitraum zwischen drei und sechs Tagen auf Föhr. In Kooperation mit lokalen Partnern stellten FTG und MKdW hierfür familienfreundliche Unterkünfte sowie individuell abgestimmte Programme zur Verfügung. Gleichzeitig blieb den Familien genügend Zeit für eigene Erkundungen. Ursprünglich sagten zehn Familien mit mindestens einem Kind ihre Teilnahme zu. Acht Familien traten die Reise schließlich an. Zwei Familien mussten ihre Teilnahme aus gesundheitlichen oder persönlichen Gründen kurzfristig absagen. Für sechs der teilnehmenden Familien war es der erste Besuch auf der Insel überhaupt. „Wir hatten eine großartige Zeit! Mir war vorher nicht bewusst, wie familienfreundlich Föhr tatsächlich ist und wie unkompliziert die Anreise abläuft. Allein in Wyk auf Föhr könnte man problemlos eine ganze Woche mit Programm füllen. Wir kommen auf jeden Fall wieder!“ so das Fazit einer Teilnehmerin.

Die acht teilnehmenden Content Creator-Familien der Insta-Reise »Familienzeit« waren:

- [@isa_frauimflow](#)
- [@hamburgerkinderunterwegs](#)
- [@theblondegilmorediaries](#)
- [@hamburger_weltentdecker_kids](#)
- [@storyfischer_ontour](#)
- [@hamburgwithkids](#)
- [@mademoiselle.tarte](#)
- [@zuhause.mit.herz](#)

Gemeinsam kommen die acht Teilnehmenden auf über 284.000 Follower bei Instagram (Stand: 15. April 2026). Beheimatet in Städten wie Berlin, Cottbus, Hamburg, Stuttgart sowie dem Nordfriesischen Festland decken sie jedoch Zielgruppen in der gesamten DACH-Region ab.

„Dank der großartigen Unterstützung unserer lokalen Kooperationspartner konnten wir die Unterkünfte sowie die Angebote in den Bereichen Erlebnis, Transport und Gastronomie bereitstellen. Ohne diese Zusammenarbeit hätten wir ein Projekt dieser Größenordnung nicht realisieren können“, betont Pelle Motzke, Online Marketing-Manager bei der FTG.

Authentischer Content durch kreativen Freiraum

Der erstellte Content war vielfältig und umfasste Stories, Reels sowie Feed-Beiträge. „Wir haben den Familien bewusst Freiräume gelassen, damit sie ihre persönlichen Eindrücke authentisch mit ihrer Community teilen können“, erklärt Sarah Wissing, Social-Media-Managerin des MKdW. „Es gab daher keine Freigabeprozesse vor der Veröffentlichung. Die Spontaneität und Authentizität waren uns besonders wichtig.“ Trotz der gestalterischen Freiheit gab es seitens der Veranstalter klare [Rahmenbedingungen](#) für die Zusammenarbeit.

Fortsetzung der Insta-Reise ist derzeit noch offen

„Hinter uns liegen sehr intensive Monate“, erklärt Ann-Kathrin Meyerhof, zuständig für digitale Projekte bei der FTG. „Nach dem Auftakttreffen mit dem MKdW im Sommer 2025 entwickelten wir gemeinsam das Konzept und akquirierten die Kooperationspartner. Mitte Dezember 2025 startete dann der Bewerbungsprozess für die Content Creator-Familien. FTG und MKdW entschieden sich bei der Konzeption der Insta-Reise allerdings bewusst gegen ein Standardprogramm. Die Reiseplanung orientierte sich stattdessen konsequent an den Content-Schwerpunkten, Zielgruppen und Bedürfnissen jeder einzelnen Familie. „Wir wussten, dass dieser Weg einen hohen Abstimmungsbedarf mit den Familien sowie den lokalen Partnern bedeutet“, erklärt Meyerhof. „Doch genau darum geht es bei einem Pilotprojekt wie der »Familienzeit«. Wir wollten ausloten, ob das Format zu uns und der Insel passt.“

FTG und MKdW möchten zum jetzigen Zeitpunkt keine vorschnelle Entscheidung über eine Fortsetzung der Social-Media-Kampagne treffen. „Denkbar wäre jedoch eine Wiederholung mit weniger Teilnehmenden oder über einen längeren Zeitraum. Auch eine Anpassung der Zielgruppe ziehen wir in Betracht“, erklärt Motzke. Zukünftige Pläne hängen jetzt von den Ergebnissen der noch laufenden Befragungen ab, die derzeit bei den Content Creators und Kooperationspartnern erfolgen.

Insta-Reise »Familienzeit«

Die Insta-Reise »Familienzeit« ist ein Pilotprojekt der FTG und des MKdW, das die touristische Vermarktung der Insel Föhr auf den digitalen Kanälen gezielt stärken soll. Vor dem Hintergrund des Wandels in der Tourismusbranche setzt das Projekt gezielt auf die Zusammenarbeit mit Content Creators statt auf klassische (Anzeigen-)Werbung. Durch das Teilen von authentischen Inhalten mit ihrer Community und persönliches Storytelling vermitteln sie die Familienfreundlichkeit der Insel direkt an relevante Zielgruppen. Neben der Produktion von Inhalten und der Steigerung der Sichtbarkeit zielte die »Familienzeit« darauf ab, eine emotionale Bindung zu potenziellen Gästen aufzubauen und Föhr als moderne Urlaubsdestination für Familien zu profilieren.

Im Unterschied zum Insta-Walk, der Anfang 2025 rund um das Biike-Wochenende stattfand und vom MKdW mitveranstaltet wurde, wurde die Social-Media-Kampagne »Familienzeit« bewusst nicht als Gruppenreise konzipiert. Die Content Creators besuchten die Insel stattdessen zwischen dem 1. März und dem 19. April 2026 individuell mit ihren Familien.

Mehr unter: foehr.de/familienzeit-insta-reise

Beteiligte Kooperationspartner der Insta-Reise »Familienzeit«:

Unterkunft

[Austernhof](#), [Ferienhäuser Nahmens](#), [Ferienhausvermietung Kreuseler](#), [Freienstein auf Föhr](#), [Hoch im Norden](#), [Hotel Landliebe](#), [Jugendherberge Wyk auf Föhr](#), [M & M Vermieter Service](#), [Upstalsboom Wyk auf Föhr](#), [Weber – Ferien auf Föhr](#)

Gastronomie

[Café Im Apfelgarten](#), [Föhrer Inselkäse](#), [Föhrer Teestube & Café](#), [Hinrichsen's Farm](#), [Kaffeewerkstatt \(Friesen-Museum\)](#), [Lipsi Beachclub](#), [Namine Witt](#), [Pitschis/Windsurfing Föhr](#), [Speisekammer Föhr](#), [WATT's UP](#), [Restaurant Hennigs](#), [Grethjens Gasthof](#), [Stellys Hüüs](#), [Upstalsboom Wyk auf Föhr](#)

Erlebnis

[AQUAFÖHR](#), [Benes Segelschule](#), [Dr.-Carl-Häberlin-Friesen-Museum](#), [Föhrer Adventure Golf](#), [Föhrer Wildnis](#), [FöhrRing](#), [Hinrichsen's Farm](#), [Nationalpark-Haus Föhr \(Schutzstation Wattenmeer\)](#), [Pitschis/Windsurfing Föhr](#), [Robbenzentrum Föhr](#), [SUP Island](#), [Rallye Padel Föhr](#)

Transport

[Föhrer Fahrradverleih](#), [Föhr-Bike Team](#), [W.D.R. \(Wyker Dampfschiffs-Reederei\)](#)

Bild zur Veröffentlichung mit Nennung der Quelle

[Kampagnenbild der Insta-Reise »Familienzeit«](#) © Föhr Tourismus GmbH/Pelle Motzke

Pressekontakt:

Anna Preißler

Föhr Tourismus GmbH

Tel.: +49 (0) 46 81 / 30 – 26

Mobil: + 49 (0) 151 / 467 465 94

presse@foehr.de

foehr.de