

# Innovationspreis Tourismus für die „Zentral-Lausitz“ ausgelobt

Ein neuer Name macht von sich reden: „Zentral-Lausitz“. Im März präsentierte sich diese Region erstmals bei der ITB in Berlin. Mehr Heimatstolz und Identität, aber auch mehr Touristen soll dieser Name bringen. Neben der neuen touristischen Marke sind aber auch neue Ideen gefragt. „Wirtschaftsdienst“ sprach dazu mit Mitinitiator Jürgen Bergmann, dem künstlerischen Oberhaupt der Kulturinsel Einsiedel.

Wie kam es zur Idee einer neuen touristischen Gebietsbezeichnung?

Vor über einem Jahr hatte Landrat Bernd Lange zu einer Tourismuskonferenz geladen. In der Diskussion haben wir festgestellt, dass es uns an einer touristischen Marke für unsere Region fehlt. Wir haben keine Identität, unter der wir uns vermarkten können.

Wer ist „Wir“?

Inzwischen sind wir eine lose Gruppe von touristischen Anbietern im Gebiet zwischen Görlitz und Bad Muskau. Auf freiwilliger Basis haben wir uns zusammengefunden, um



An diesem hölzernen Aufsteller im typischen Bergmann-Design sollen die touristischen Anbieter der „Zentral-Lausitz“ für sich werben



Jürgen Bergmann - kreativer Geist der Kulturinsel

unsere Interessen besser vertreten zu können. Mit dabei sind zum Beispiel Fürst Pückler Park und Waldeisenbahn Bad Muskau, Erlebniswelt Krauschwitz, Findlingspark Nochten, Erlichthof Rietschen und wir als Kulturinsel Einsiedel. Nach dem Solidarprinzip wollen wir Motor sein und auch die kleineren Anbieter mitziehen. Gemeinsam haben wir die Marke „Zentral-Lausitz“ ins Leben gerufen.

Es gibt doch bereits die Marken „Oberlausitz“ und „Neißeland“. Warum eine neue Marke?

## Regional



Weil beide Bezeichnungen unsere Region nicht treffend beschreiben. Wir wollen nicht in Konkurrenz mit Bestehendem treten. Wir wollen aber noch stärker auf unsere besondere Lage zwischen Ober- und Niederlausitz hinweisen. Die Vielfalt der Anbieter im NOL-Kreis findet sich auf anderen Karten oft nicht wieder.

Was wollen Sie mit der Marke „Zentral-Lausitz“ erreichen?

Wir sind auf den überregionalen Tourismus angewiesen. Das Potenzial der Tagestouristen, die bis aus Dresden zu uns kommen, haben wir bereits erschlossen. Wir wollen die Berliner zu uns holen. Um diese für einen mehrtägigen Aufenthalt gewinnen zu können, müssen wir uns als Tourismusregion mit attraktiven Angeboten präsentieren. Die Angebote haben wir – und jetzt auch den Namen, unter dem wir sie vermarkten können.

Görlitz kann auf wachsende Besucherzahlen verweisen. Können Sie die nicht gewinnen?

Wer nach Görlitz fährt, ist für den nördlichen Raum verloren. Die Gäste der Stadt orientieren sich eher südlich oder gar nach Polen und Tschechien. Natürlich ist Görlitz ein attraktives Ziel. Wir stellen die Stadt aber nicht exklusiv in den Mittelpunkt.

Welche konkreten Maßnahmen zur neuen Marke gibt es bereits?

Wir haben eine Broschüre erstellt, die bereits mit sehr guter Resonanz auf der ITB verteilt wurde. Sie stellt die „Zentral Lausitz“ sehr gästeorientiert vor. Hier gibt es keine großen Anzeigen der Anbieter, sondern thematisch gegliederte Angebote für unterschiedlichste Interessen der Besucher. Außerdem haben wir eine Werbetafel aus Holz entworfen. An die kleinen Haken können die beteiligten touristischen Anbieter Prospekte oder Karten zum Mitnehmen anhängen. Ein Multiplikator, der die Touristen auf neue Ziele neugierig macht.

Welche Idee steht nun hinter dem „Innovationspreis im Tourismus“?

Geschichte und Natur der Region sind weitestgehend erschlossen. Wir können keine Vulkane wachsen lassen oder andere spektakulären Naturressourcen präsentieren. Wir brauchen attraktive Inhalte. Da können sich alle mit einbringen. Auch die kleinste Pension sollte sich Gedanken darüber machen, wie sie sich einen unverwechselbaren Charakter geben kann. Mit dem am 2. Mai beginnenden Wettbewerb wollen wir breitenwirksam aufrütteln.

Lockt ein Preisgeld für die Besten?

Wir haben einen Fonds gebildet. Unternehmen, Kommunen, Kammern und Institutionen werden angesprochen, hier Geld einzuzahlen. Die besten drei Projekte sollen mit diesem Geld in der Umsetzung unterstützt werden. Bekanntgegeben werden die Gewinner am 5. September im Rahmen einer Tourismuskonferenz auf der Kulturinsel Einsiedel.

Wir danken für das Gespräch. (Es fragte: Ingo Goschütz)

Quelle: IHK Wirtschaftsdienst 5/2008 S.23