

## **Urlaub in bester Randlage - Die Oberlausitz nimmt ihr »Großes Erbe« an**

**Die Marketinggesellschaft Oberlausitz-Niederschlesien mbH (MGO) setzt im Rahmen des Projekts „Touristische Entwicklung und Vermarktung der sächsischen Weltkulturerbestätte Muskauer Park“ großangelegte Kampagnen für das Innen- und Außenmarketing der Region um. Ziel ist es, die natürlichen und von Menschen geschaffenen Gegensätze der Oberlausitz und ihr vielfältiges (Welt)-Erbe als Reiseziel zu vermarkten und die Lausitzer als weltoffene Gastgeber künftigen Gästen vorzustellen.**

Die Oberlausitz ist Randlage der Bundesrepublik, das Einzige was sie (noch) hat, ist Braunkohle. Ein Besuch in der sandigen, von Tagebauen vernarbten Einöde taugt maximal, um Grenzerfahrungen der etwas anderen Art zu machen. Vorurteile über die Oberlausitz gibt es genug, wer weiß das besser als die Oberlausitzer selbst.

Doch damit wird jetzt aufgeräumt! Denn die Region steht vor allem für ein großes Erbe. Welterbe, kulturelles Erbe, das Erbe der Industriekultur und natürlich auch das Erbe jahrzehntelangen Braunkohleabbaus und seiner Folgen. Die meisten Kohlegruben sind längst stillgelegt, aus ihnen ist in den vergangenen 30 Jahren die größte von Menschen geschaffene Wasserlandschaft Europas geworden. Und wer hat dafür gesorgt? Wer hat diese Landschaft zu dem gemacht, was sie heute ist und krepelt auch künftig die Ärmel hoch? Die Menschen, die hier leben, für die Umbrüche und Neuorientierungen beinahe schon zum Alltag gehören. Sie sollen in der Kampagne zu Wort kommen und ihre Heimat vorstellen.

„Gerade in der Lausitz sind Kultur und Tourismus in der Diskussion um die Zukunft der Region bestimmende Themen. Die bislang von der Braunkohle-Industrie geprägte Landschaft muss sich teilweise neu erfinden. Bereits jetzt sehen wir zahlreiche praktische Beispiele, wie sich die Lausitz im Strukturwandel nachhaltig verändert, etwa wenn alte Fabrikgebäude als Begegnungszentren wiederbelebt oder die Industriegeschichte dort als Museum wieder lebendig gemacht wird. Kultur und Tourismus können und wollen einen wichtigen Beitrag dazu leisten, dass die Transformation gelingt. Dabei ist es von zentraler Bedeutung, dass die Menschen vor Ort sich als Gestalter und Mitwirkende in diesen Prozess intensiv einbringen können“, betonte Staatsministerin für Kultur und Tourismus Barbara Klepsch, die am Montag (30.05.) im Kulturforum Synagoge in Görlitz beim „Dialog der Gastgeber“ zur Stärkung des Kulturtourismus das „Große Erbe“ vorstellte.

Prominentester Leuchtturm der Region ist das UNESCO Welterbe Muskauer Park. Nur einen „Steinwurf“ davon entfernt befindet sich der UNESCO Geopark Muskauer Faltenbogen. Er ist

eine einzigartige Kombination aus eiszeitlich geformter Landschaft und historischer Bergbaulandschaft, die von der Natur zurückerobert wurde. Die vielfältigen, oft gegensätzliche von der UNESCO ausgezeichneten Kultur- und Naturerbestätten in der Oberlausitz sind außergewöhnliche Zeugnisse kultureller und landschaftlicher Entwicklungen, die sie über Jahrhunderte prägten: die Welterbestätte Muskauer Park/Park Mużakowski, der Geopark Muskauer Faltenbogen/Łuk Mużakowa, das Biosphärenreservat Oberlausitzer Heide- und Teichlandschaft und das Biosphärenreservat Spreewald.

Diese Kombination aus UNESCO-Orten, von Menschen erschaffenen Kulturlandschaften, vom Tagebau geprägten Landstrichen, dem Traditionsbewusstsein und der Innovationsfähigkeit wird von der Marketingkampagne »Großes Erbe« transportiert. Die Oberlausitzer nehmen dieses Erbe an und laden Gäste ein, es kennenzulernen.

„Uns ist es wichtig, die Menschen vor Ort zu interessieren für ihr großes Erbe vor der Haustür, als auch Touristen aus nah und fern. Das ist der Grund, warum wir ganz gezielt nach innen und außen unsere Region mit Witz und Charme erzählen“, sagt Olaf Franke, Geschäftsführer der MGO. Die Lausitz wird bewusst neu interpretiert, so eröffnen sich auch neue Zusammenhänge für Kulturtouristen. Die Lausitz als Ganzes erstreckt sich über zwei Bundesländer und gar über eine Staatsgrenze hinweg. Diese Verbundenheit generiert einen neuen Blick. Adressaten der Kampagne sind Reisetrendsetter, die das große Erbe der Oberlausitz/Lausitz kennenlernen möchten, bevor es alle tun. Bewusst wird dabei auf das Spiel mit Vorurteilen und Klischees über die Lausitz gesetzt. Sie aufzulösen, die Menschen zu überraschen und die touristischen Potentiale zu vermitteln, ist Ziel der Kampagne.

Zunächst bis Ende des Jahres (Ende der Projektlaufzeit) folgen redaktionelle Beiträge auf unserer website, in social media, in Printprodukten. Eine Faltkarte entsteht, die Touristen und Einheimische thematisch durch die Region führt, eine App spielt alle Highlights auch digital aus. Am 29. Juni findet ein zweites Netzwerktreffen im Neuen Schloss am Muskauer Park „zur Denkfabrik im Rahmen der Natur- und Kulturinterpretation der Lausitzer UNESCO-Stätten“ für touristische Partner/Akteure sowie kommunale Verantwortliche in Kultur und Verwaltung statt. Sie erhalten eine Einladung für ein anvisiertes Pressegespräch am Ende der Veranstaltung. Bitte merken Sie sich schon jetzt diesen Termin vor.

Weitere Informationen unter:

[www.oberlausitz.com/grosses-erbe](http://www.oberlausitz.com/grosses-erbe)  
[www.facebook.com/Oberlausitzcom](https://www.facebook.com/Oberlausitzcom)  
[www.pinterest.de/oberlausitz\\_com](https://www.pinterest.de/oberlausitz_com)

**Für weitere Informationen zu diesem Thema stehen wir Ihnen gern zur Verfügung.**

Ihre Ansprechpartnerin:  
Christine Schubert  
christine.schubert@oberlausitz.com  
Telefon: +49 (3591) 4877-0