

## Relevanz durch Einmaligkeit - Oberlausitz erarbeitet kulturtouristisches Konzept



Die Beteiligten Partner der Kulturtouristischen Profilierung bei der Ergebnispräsentation im Sorbischen National-Ensemble in Bautzen (Foto: MGO)

Die Marketing-Gesellschaft Oberlausitz-Niederschlesien mbH (MGO) beauftragte im Mai die Tourismusberatung dwif eine Kulturtouristische Profilierung der Oberlausitz vorzunehmen. Dies war notwendig, da die Oberlausitz über ein vielfältiges Kulturangebot verfügt. Neben den historischen Altstädten, Schlössern und Parkanlagen, einer UNESCO-Weltkulturerbestätte, Museen, Theatern und Kulturveranstaltungen, gibt es zudem viele Brauchtümer und Traditionen. Darüber hinaus gibt es verschiedene Klöster und spirituelle Angebote, sowie Kreativangebote und regionale Baukultur zu der u. a. die Umgebendhäuser zählen.

Demnach lässt sich erkennen, dass das kulturtouristische Angebot und Potenzial des „Kulturentdeckerlandes“ Oberlausitz sehr breit gefächert ist und eine Spezifizierung notwendig wird, um auch zukünftig am Markt wahrgenommen zu werden.

Denn mit einer Vielzahl an Angeboten an einem Ort, geht auch das Risiko einher, im Wettbewerb beliebig zu wirken und letztlich kaum wahrgenommen zu werden. Im gesättigten touristischen Markt besteht kein Mangel an anderen kulturell bedeutsamen Reisezielen oder Informationen. Die Auswahl möglicher und einfach erreichbarer Kultururlaubsziele in Sachsen und in Deutschland ist groß.

Regionen müssen sich daher stark von ihren Wettbewerbern abgrenzen, um an Bedeutung und Relevanz zu gewinnen. Dies gelingt nur, indem eine Destination wie die Oberlausitz Profil und Charakter zeigt und sich auf ihre Kernkompetenzen konzentriert. Es gilt, eine Antwort auf die entscheidende Frage zu geben, warum eigentlich genau die Oberlausitz besucht werden sollte. *(Ausgangssituation aus kulturtouristischer Profilierung, dwif)*

Um diese Frage zielführend beantworten zu können, wurde zunächst die Oberlausitz mit vergleichbaren Regionen und Best Practice Beispielen verglichen. Hierbei wurde besonders darauf

geachtet, wie andere Orte mit spezifischen Herausforderungen umgegangen sind. Zudem wurde eine online Stakeholder-Befragung durchgeführt, um Ideen und Meinungen der mitwirkenden Akteure aufzunehmen. Darüber hinaus wurde ein Workshop mit den wichtigsten Tourismus- und Kulturakteuren durchgeführt und die bisherigen Kampagnenformate und Leitprodukte bewertet.

Die Ergebnisse dieser umfassenden Studie wurden am Mittwoch den 07.12.2022 im Sorbischen National-Ensemble in Bautzen vorgestellt.

Als zentrales Ergebnis wurde festgestellt, dass eine Profilierung nur durch eine Fokussierung erfolgen kann, was zwangsläufig auch ein Weglassen von bestimmten Themen beinhaltet. Hierfür müssen Leitprodukte, welche an möglichst vielen Kontaktpunkten erlebbar sind, in den Fokus gerückt werden. Dadurch wird auch eine Verbindung geschaffen zu anderen Angeboten, Leistungsträgern oder Veranstaltungen im Kultur Bereich.

Zudem konnten folgende Resultate hervorgehoben werden und sollten nun in der weiteren Bearbeitung von allen Akteuren umgesetzt werden:

Neben einer eindeutigen Profilierung gilt es, eine konsequente Außenkommunikation, mit einer einheitlichen Word-Bild-Sprache und einem gemeinsamen Claim, an die anvisierte Zielgruppe zu kommunizieren. Dafür gilt es auch gemeinsame, attraktive, marktfähige und buchbare Produkte zu entwickeln, welche die Leitprodukte abbilden.

Um das gemeinsame Ziel umzusetzen bedarf es zudem einer regelmäßigen Vernetzung der kulturtouristischen Akteure der Oberlausitz.

Durch diese einheitliche Profilierung wächst letztendlich auch die Identifikation der Beteiligten und der regionalen Bevölkerung mit der Oberlausitz. Dadurch wird auch das Image der Region stärker ausgebaut. *(Handlungsempfehlungen aus kulturtouristischer Profilierung, dwif)*

Die MGO bedankt sich bei allen beteiligten Akteuren für die erfolgreiche Zusammenarbeit und freut sich auf die kommende Umsetzung, durch welche die Oberlausitz und deren kulturelles Angebot weiterhin bekannter gemacht wird.

Kontakt:

Sophie Nücklich

Projektmanagerin Tourismusmarketing

Marketing-Gesellschaft Oberlausitz-Niederschlesien mbH

Anschrift Humboldtstraße 25 | 02625 Bautzen

Telefon +49 (3591) 487719

E-Mail [sophie.nuecklich@oberlausitz.com](mailto:sophie.nuecklich@oberlausitz.com)

Internet [www.oberlausitz.business](http://www.oberlausitz.business) | facebook @MGOMBH