

Top-Qualität ist die beste Antwort auf die Herausforderung

Marketing-Gesellschaft Oberlausitz-Niederschlesien mbH (MGO) unterstützt mit Herbstoffensive die regionale Tourismuswirtschaft.



Foto LTV

Glückliche Preisträger: Rüdiger Schumann, Inhaber des Hotels „Bei Schumann´s“ (links) erhielt ebenso die begehrte Auszeichnung wie Lukas Lampert von „Alte Schmiede“ Lückendorf (Bild mitte), die sogar zum Landessieger gekürt wurde, aus den Händen von Staatsministerin Barbara Klepsch (2.v.L.)

Die Herbstferien stehen vor der Tür und die Buchungslage ist sehr gut. Zudem blickt die Oberlausitz auf einen sehr guten Sommer zurück. Die Zahlen belegen eindeutig, dass der Sommer wieder in Vor-Coronazeiten angekommen ist.

Zahlen stimmen zunächst optimistisch

Die Übernachtungszahlen vom Statistischen Landesamt Kamenz zeigen einen steigenden Zuspruch gegenüber dem Vorjahr. Im Juni konnten + 83,7 % mehr Übernachtungen als im Juni 2021 vermeldet werden. Der Juli war mit - 3,5 % Übernachtungen zwar leicht rückläufig im Vergleich zum Vorjahreszeitraum, insgesamt aber legten die Übernachtungszahlen von Januar bis Juli 2022 um + 85% im Vergleich zum Vorjahr zu.

Die Übernachtungen von Januar bis Juli betragen im Rekordjahr 2019: 1.123.401 und lagen in 2022 bereits wieder bei 987.562 – das sind nur noch ca. 8,8 % weniger.

Die positive Entwicklung wird auch von Herrn Andreas Hirche vom Landwirtschaftsbetrieb „Mühlenhof“ bestätigt. Er teilte mit: „Wir sind nach wie vor sehr gut gebucht, bei uns ist kein Abbruch zu erkennen. Laut Nachfragen hätte ich dieses Jahr bis zu einem Drittel mehr vermieten können, aber da fehlen die Kapazitäten. Finanziell ist 2022 das bisher beste Jahr für uns in den letzten 10 Jahren.“

Die aktuellen Prognosen verheißen also nichts Schlimmes – im Gegenteil. In der aktuellen Buchungslage ist die Preiskrise noch nicht richtig angekommen. Insofern lässt sich noch nicht sagen, ob nach dem guten Sommer ein ebenso guter Herbst und Winter folgt. Fakt ist, das Geld wird bei vielen Leuten nicht mehr so locker sitzen. Der Zweiturlaub, der insbesondere in der Oberlausitz gern gebucht wird, könnte zu den Streichfaktoren der Krise gehören.

Gleicher Meinung ist auch Frau Ulrike Neumann vom Marktquartier⁵, dennoch sorgt sie sich vor der ungewissen politischen Lage im bevorstehenden Winter. So berichtet sie: „Die Herbstferien sind sehr gut gebucht, der September war etwas verhalten und der November wahrscheinlich grundsätzlich nicht der Reisemonat. Für Dezember sieht es noch sehr schwach aus, die Leute scheinen alle abzuwarten, was dann an Reisen möglich ist und ob Einrichtungen (z.B. Weihnachtsmärkte) stattfinden. Die Unberechenbarkeit der Politik und ggf. deren Aktionismus bei stark steigenden Zahlen macht uns schon Sorgen. Im letzten Jahr hieß es auch erst, dass nichts mehr geschlossen wird und dann mussten wir doch zu machen. Das wäre für uns enorm schlecht, da wir und unsere Gäste Planungssicherheit brauchen.“

Wenn weniger buchen, sind aber die qualitativ hochwertigen Angebote weniger betroffen. Wenn das Geld nicht mehr so locker sitzt, legt man höchsten Wert auf ein gutes Preis-Leistungs-Verhältnis. „In diesem Bereich sind wir sehr zuversichtlich“, versichert Olaf Franke, Geschäftsführer der MGO. Er berichtet weiter: „Wir sind sowohl in der Gästeliebtheit vom Trust score überdurchschnittlich im Deutschlandweiten Vergleich vertreten, zudem kann sich auch die Qualität unserer Angebote sehen lassen.“

Die Oberlausitz ist durchaus eine Qualitätsreiseregion. Die bekannte Initiative „Gästeliebling“ des Landes Tourismus Verbandes Sachsen e.V. ehrte im vergangenen Monat die Regions- und Landessieger.

Im Bereich Gasthöfe und Pensionen wurde die „Alte Schmiede Lückendorf“ sogar Landessieger (Foto).

Das beste Mittel gegen sinkende Nachfrage und hohe Preise sind Qualität und ein sehr guter Leumund. Die Oberlausitz ist mit seinen Betrieben gut aufgestellt. Das zeigte nicht nur der Wettbewerb Gästeliebte des LTV.

Mit Marketingoffensive die regionale Tourismuswirtschaft unterstützen

Nach Corona kommen auf die Touristiker neue Herausforderungen zu. In diesem Sommer sah es so aus, als könnten die Einbrüche der Coronazeit langsam aufgeholt werden - Urlaub im Inland ist nach wie vor hoch im Kurs. Die steigenden Preise drücken allerdings nicht nur auf die Gemüter – sie drücken auch die Buchungslust und die Kaufkraft der Gäste. Dazu müssen die gestiegenen Beschaffungspreise auf die Angebote umgelegt werden. Nur was ist, wenn dann erst recht die Zurückhaltung kommt?

„Der neuen Herausforderung mit der eventuell zurückgehenden Nachfrage können wir und werden wir entgegenwirken“, beteuert Olaf Franke.

„In nahezu allen Leitproduktlinien geben wir im Herbst noch mal so richtig Gas, es wird immer wichtiger, bei Urlaubsentscheidungen im Hinterkopf der potentiellen Gäste einen Platz einzunehmen. Das geht mit einem guten Service, Kundenbindung der Betriebe, aber auch mit guten Kampagnen. Diese hat die MGO in petto“.

Die MGO versucht ihren Teil dazu beizutragen, dass den Unternehmen geholfen wird. „Wir arbeiten intensiv mit unseren Partnern an Kampagnen, die auf die Angebote und die Highlights der Oberlausitz aufmerksam machen“ so Olaf Franke.

Unterstützt werden die Oberlausitz-Vermarkter durch Förderung des Freistaates Sachsen, aber auch durch die Finanzausstattung der Landkreise und hiesigen Sparkassen.

Die MGO möchte mit ihren Kolleginnen und Kollegen in den Touristischen Gebietsgemeinschaften einen wichtigen wirtschaftsfördernden Beitrag zur Stabilisierung unserer Tourismusbetriebe leisten.

Kampagnen in allen wichtigen Produktlinien

Dafür hat die MGO eine Vielzahl an Kampagnen für die kommende kalte Jahreszeit geplant. Ziel der Kampagnen ist es Inspirationen zu bieten für einen Herbst-/Winteraufenthalt oder Kurztrip in der

Oberlausitz. Zudem soll die Familienurlaubsplanungen für das kommende Jahr bereits auf die Oberlausitz gelenkt werden. Außerdem sollen besonders die touristischen Leistungsträger der Region unterstützt und das breite Angebot der Oberlausitz zielgruppenspezifisch kommuniziert werden.

Aktuell läuft eine Kampagne zum Oberlausitzer Bergweg unter dem Motto: „Sagenhafte Weitsichten“. Darüber hinaus ist eine Vermarktungsinitiative zum Familienurlaub gestartet als auch zum Kulturtrip in der Oberlausitz in Planung. Dazu befindet sich eine Kampagne in Vorbereitung, die speziell einen Aufenthalt in Bautzen und in der Oberlausitzer Heide- und Teichlandschaft im Spätherbst und Winter schmackhaft machen soll.

Für alle Kampagnen wird dazu ein Budget von 160.000 Euro investiert.

Einen Impuls versprechen wir uns von dem Kulinarischen Wanderwochenende am Oberlausitzer Bergweg vom 28. bis zum 30.10.2022. Kulinarisch werben auch mit insgesamt 25 Partner die Lausitzer Fischwochen für Liebhaber regionaler Produkte.

Mit den kulturellen Leuchttürmen werden wir insbesondere im Berliner Raum für unsere Städte, aber auch Parks und Gärten werben. Dauerbrenner in der Gästesprache ist natürlich dabei auch das Thema der Oberlausitzer UNESCO Stätten und Landschaften.

Intensive Arbeit an Angeboten von morgen

Parallel arbeiten die Touristiker bereits an den Angeboten von morgen. Der verlängerte Bergweg geht nächstes Jahr an den Start, zahlreiche familienfreundliche Rad- und Wanderabschnitte sollen insbesondere für aktive Familien einen Mehrwert erzeugen. Zudem wird für noch zielgenauere kulturelle Angebote gerade eine neue Profilierungsstrategie erarbeitet.

Diese Kombination aus hochwertigen Kampagnen und guter Angebotsqualität schafft einen echten Mehrwert, sowohl für Touristen als auch Einheimische. Denn alles was dem Tourismus zugutekommt, kommt auch unseren Bewohnern zugute. Tourismus ist längst breiter aufgestellt und wirkt in erster Linie auf den eigenen Lebensraum.

Deshalb können sich sowohl Touristen als auch Einheimische auf ein breitgefächertes Herbstangebot freuen.

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
Internet www.oberlausitz.business | facebook @MGOMBH