

10 Jahre für ein länderübergreifendes Lausitzer Seenland Tourismusverband Lausitzer Seenland e.V. begeht sein zehnjähriges Jubiläum

Am 2. April 2022 begeht der Tourismusverband Lausitzer Seenland e.V. sein zehnjähriges Jubiläum. Auf der Gründungsveranstaltung im Jahr 2012 hoben 46 Gründungsmitglieder auf den IBA-Terrassen in Großräschen den länderübergreifenden Tourismusverband Lausitzer Seenland e.V. aus der Taufe. Seitdem vermarktet er unter einem starken, gemeinsamen Dach die Urlaubsregion nach außen und innen. „Aus einer Vision wurde Wirklichkeit: ein Ländergrenzen übergreifendes Reisegebiet wurde geschaffen. Eine Seenlandschaft entstand inmitten einer ehemaligen Tagebaulandschaft, was in Europa einzigartig ist. Damit erhält die Lausitz eine neue Identität und auch Zukunft,“ erklärt Siegurd Heinze, Landrat des Landkreises Oberspreewald-Lausitz und Vorstandsvorsitzender des Tourismusverbandes. „Die Gründung des Tourismusverbandes Lausitzer Seenland e. V. war ein Meilenstein für die Entwicklung der gesamten Region Südbrandenburg-Nord-sachsen als solches. Es gelang damit, länderübergreifend eine Marketing-Organisation zu schaffen, welche die touristische Entwicklungsdestination - Lausitzer Seenland - außerordentlich wirksam auf den Märkten national wie international etablierte“, fasst Landrat Michael Harig, Landrat des Landkreises Bautzen, der stellvertretende Vorstandsvorsitzende, zusammen.

Mittlerweile finden sich unter dem Dach des Tourismusverbandes 129 Mitglieder zusammen. Die Organisation von Schulungs- und Qualifizierungsmaßnahmen sowie Pressereisen, die Betreuung des offiziellen Tourismusportals, die Herausgabe von Prospekten und Messebeteiligungen sind nur einige der vielen Aktivitäten, die der Verband mit den touristischen Akteuren, seinen Mitgliedern und Partnern jedes Jahr auf Basis des strategischen Marketingkonzeptes konzipiert, plant und umsetzt. Zudem betreibt der Verband im Auftrag der beiden Mitgliedskommunen die anerkannten Touristinformationen in Senftenberg und Hoyerswerda sowie im Auftrag des Landes Brandenburg das touristische Netzwerk Industriekultur in Brandenburg. Einen starken Anker innerhalb der Verbandsarbeit bilden zahlreiche touristische Arbeitskreise, Netzwerke und Kooperationen mit wichtigen Akteuren und Partnern von der lokalen bis zur Landesebene.

Insbesondere die Digitalisierung verändert die Arbeit der Tourismusbranche und brachte in den letzten Jahren neue Aufgaben mit sich: Social-Media-Marketing, Datenmanagement und Online-Buchbarkeit von Unterkünften und Freizeitangeboten. Die Pflege von touristischen Daten des gesamten Lausitzer Seenlandes in einer zentralen Datenbank durch den Tourismusverband und 33 lokale Redakteure trägt in erheblichem Maße zur Erfolgsgeschichte bei, das Lausitzer Seenland online auf zahlreichen Kanälen und Anwendungen sowie an analogen Orten wie die Touristinformation oder Hotelrezeption sichtbar zu machen.

Vor dem Hintergrund der steigenden Urlaubserwartungen werden eine hohe Qualität und exakt auf Kundenwünsche ausgerichtete Angebote immer wichtiger. So spielt die gemeinsame Produktentwicklung mit den touristischen Anbietern in der Verbandsarbeit eine zentrale Rolle. Einen besonderen Fokus setzt der Tourismusverband auf die

Themen Radtourismus, Familienurlaub und Barrierefreier Tourismus. Touristische Anbieter werden mit Beratungen, Workshops und Schulungen motiviert und unterstützt, um sich auf die Bedürfnisse der Zielgruppen einzustellen. Die Einführung des regionalen Qualitätssiegels „Familienfreundlich im Lausitzer Seenland“, die Herausgabe der mit dem „Goldenen Rollstuhl“ prämierte Broschüre „Barrierefrei reisen“, die Landingpage www.familienurlaub-lausitzerseenland.de und das Erscheinen der Broschüre „Die schönsten Radtouren im Lausitzer Seenland“ zählen zu den Erfolgen der letzten Jahre. Ein weiterer Schwerpunkt in der Arbeit ist die Saisonverlängerung. Hier gilt es weiterhin attraktive Angebote für den Herbst und Winter zu entwickeln und zu vermarkten. Mit der Landingpage www.lausitzerseenland.de/winter und den Wandertouren wurden erste Meilensteine erreicht. Bestimmend waren in den letzten zwei Jahren aber auch die Auswirkungen der Corona-Pandemie. Aufgaben wie Innenmarketing, Tourismusakzeptanz und Nachhaltigkeit werden wichtiger, um langfristig den Substanzerhalt der Betriebe und der Region zu sichern. So entwickelt sich der Verband immer stärker von einer Marketing- zu einer Managementorganisation.

Michael Harig: „Künftig wird es darum gehen, unsere Angebote und Highlights weiter zu digitalisieren, um vor Ort - dann ganz analog - Service und Gastfreundschaft an den Mann, die Frau und an Familien bringen zu können. Die Sicherung der Servicequalität bedarf motivierter und fachlich gut ausgebildeter Menschen. Diese zu binden, aus dem In- und Ausland zu finden, wird neben der Zielstellung - 1,5 Millionen Übernachtungen - eine der großen Herausforderungen der Zukunft sein.“

Seit der Gründung begleitet der Verband den Identitätsbildungsprozess vom Bergbaurevier zur Urlaubsregion. Mit Projekten wie den Seenlandtagen und der Illustrationskampagne „Vom Bergmann zum Seemann“ richtet der Verband seinen Blick verstärkt auf die einheimische Bevölkerung, um die Attraktivität und Bindungskraft der Region zu stärken und auf ihre Zukunftsfähigkeit aufmerksam zu machen. So wurden beispielsweise Malbücher in den Grundschulen als Lernmaterial verteilt.

„Wir haben noch einiges vor und brauchen dafür alle Partner in Politik, Verwaltung, Wirtschaft, Tourismus und die Bevölkerung im Lausitzer Seenland, die das ganze mittragen“, appelliert Verbandsgeschäftsführerin Kathrin Winkler. „Nur wenn alle ein gemeinsames Verständnis von der Destination „Lausitzer Seenland“ haben, kann es uns gelingen, die Marke mit Leben zu erfüllen und als eine Einheit wahrgenommen zu werden.“

Presseanfragen:

Tourismusverband Lausitzer Seenland e.V.
Kathrin Winkler (Geschäftsführerin)
Am Stadthafen 2, 01968 Senftenberg
Tel. 03573 / 72530013, Fax 03573 / 7253009
presse@lausitzerseenland.de
www.lausitzerseenland.de