

Medieninformation

Sächsische Staatsministerin für Kultur und Tourismus

Ihr Ansprechpartner
Jörg Förster

Durchwahl
Telefon +49 351 564 60620

presse.kt@smwk.sachsen.de*

01.10.2021

Marketing-Gesellschaft Oberlausitz-Niederschlesien übergibt Tourismusstrategie 2025 an Tourismusministerin Barbara Klepsch

Gemeinsame Pressemitteilung - Gästeankünfte und Aufenthaltsdauer in der Oberlausitz sollen steigen

Die Marketing-Gesellschaft Oberlausitz-Niederschlesien mbH (MGO) hat heute ihre Tourismusstrategie bis 2025 an die Sächsische Staatsministerin für Kultur und Tourismus Barbara Klepsch übergeben. Die Oberlausitz setzt sich dabei klare quantitative und qualitative Ziele. So sollen bis 2025 die Ankünfte von 710.000 auf 800.000 ebenso steigen, wie die Aufenthaltsdauer von derzeit 2,7 Tagen auf 3,0. Um diese und andere Ziele zu erreichen, sind konkrete Maßnahmen verankert, welche beispielsweise einen längeren Aufenthalt schmackhaft machen.

»Ich freue mich, dass sich die Oberlausitz auf den Weg macht, um ihr touristisches Angebot weiter zu verbessern und noch mehr Gäste zu gewinnen. Es ist wichtig und richtig, dass die Oberlausitz dabei die wichtigsten Trends im Tourismus wie regionale Produkte, Aktivangebote oder Camping und Caravaning in ihrer Strategie intensiv weiterverfolgt. Ich danke der Marketing-Gesellschaft Oberlausitz Niederschlesien und den sieben touristischen Gebietsgemeinschaften für ihr Engagement«, sagte Tourismusministerin Barbara Klepsch.

»Wichtig war uns, dass wir ein lebendiges, nachvollziehbares und integriertes Arbeitspapier für alle am Tourismus Beteiligten in der Hand haben«, betonte Olaf Franke, Geschäftsführer der MGO

Die Ziele der Strategie bis 2025 werden im Rahmen von jährlichen Management- und Marketingplänen mit konkreten Maßnahmen untersetzt. Schwerpunkte der Arbeit liegen unter anderem bei Nachhaltigkeitsfaktoren wie Mobilität und regionale Wertschöpfungsketten, Profilierung der Kulturreiseregion Oberlausitz durch stärkere Einbindung von kulturellen

Hausanschrift:
**Sächsische Staatsministerin für
Kultur und Tourismus**
St. Petersburger Str. 2
01069 Dresden

<https://www.smwk.sachsen.de/>

* Kein Zugang für verschlüsselte elektronische Dokumente. Zugang für qualifiziert elektronisch signierte Dokumente nur unter den auf www.lsf.sachsen.de/eSignatur.html vermerkten Voraussetzungen.

Einrichtungen, die Weiterentwicklung von Mountainbike-Angeboten, die Zertifizierung der Oberlausitz als ADFC Radregion sowie die deutliche Erhöhung von barrierefreien Gastgebern und Angeboten.

In allen Bereichen sollen zudem die digitalen Möglichkeiten im Rahmen der Digitalstrategie Sachsen noch optimaler genutzt werden - das betrifft sowohl die Sichtbarkeit auf vielfachen Ausspielkanälen, die Datenpflege, die Nutzung des Tourismusnetzwerkes als auch die stetige Verbesserung der Online-Buchbarkeit.

Mehr Informationen zur Tourismusstrategie 2025 gibt es im Internet unter <https://www.oberlausitz.business/>

Hintergrund zur Tourismusstruktur der Oberlausitz

Die Destination Oberlausitz hat im vergangenen Jahr ihre Tourismusstrukturen neu geordnet. Der Tourismusverband (TVO) beendete seine Arbeit und die MGO übernahm die Aufgabe des Destinationsmanagements. Damit wurden sowohl die Aufgaben - als auch Organisationsstrukturen - den wachsenden Anforderungen, vor allem im Managementbereich, an eine DMO angepasst. Ein wichtiges Gremium ist der Tourismusbeirat Oberlausitz. Die sieben Touristischen Gebietsgemeinschaften (TGG) organisieren und koordinieren die touristische Arbeit der verschiedenen touristischen Regionen in der Oberlausitz. Die Destinationsstrategie Oberlausitz 2025 wurde in einem transparenten Arbeits- und Beteiligungsprozess im Rahmen dieser neuen Struktur erarbeitet. Die sieben touristischen Gebietsgemeinschaften konnten dabei auch ihre Prioritäten mit einbringen. Im Destinationsmodell Oberlausitz sind es die TGG, die sich für die Tourist-Informationen und Gastgeber in erster Linie verantwortlich zeigen.

Alle Tourismusakteure der Oberlausitz arbeiten unter einer bereits 2018 gemeinsam erarbeiteten Leitproduktstrategie zusammen. Diese Strategie orientiert sich wiederum konsequent an der Leitproduktstrategie der TMGS und somit des Freistaates Sachsen. Damit wird eine lückenlose und reibungsarme Arbeitsteilung vom Leistungsträger über die regionalen Tourismusakteure in der DMO bis hin zur Landesebene gewährleistet. Vor allem in einem effektiven Ressourceneinsatz, sowohl in personeller als auch in finanzieller Hinsicht, liegen Chancen, aber auch Herausforderungen der nächsten Jahre gleichermaßen.