



# MASTER-*Mitwack*-PLAN

**Einladung zur grenzüberschreitenden  
touristischen Weiterentwicklung der Region  
Naturpark Zittauer Gebirge/südliche Oberlausitz**



## Impressum

### Auftraggeber



Große Kreisstadt Zittau  
Markt 1  
02763 Zittau

Telefon: +49 3583 752-0  
stadt@zittau.de  
www.zittau.de

### In Zusammenarbeit mit

Stadt Herrnhut

Naturpark Zittauer  
Gebirge e.V.

Stadt Ostritz

TGG Naturpark Zittauer  
Gebirge/Oberlausitz e. V.

Kooperationsnetzwerk  
Naturpark Zittauer Gebirge –  
Das Outdoorland

### Erarbeitung, Redaktion, Satz und Illustrationen



absolutGPS  
c/o geoSports-Tec GmbH  
Christianstraße 1  
04105 Leipzig

Telefon: +49 341 39281107  
mail@absolut-gps.com  
www.absolut-gps.com

### Bilder

absolutGPS, sofern nicht anders angegeben.

Titel u. S. 25: Michael Rimpler; S. 2, 21, 29, 31 u. 39: Philipp Herfort; S. 6: Hartmut Weickelt (oben), Philipp Herfort (unten); S. 33: Thomas Glaubitz

### Karten

Rendering absolutGPS; Geodaten © OpenStreetMap und Mitwirkende (openstreetmap.org) unter Open Database License (ODbL: [opendatacommons.org/licenses/ODbL/](https://opendatacommons.org/licenses/ODbL/)).

In einigen wenigen Fällen wurde im Text, in Tabellen oder in Abbildungen aus Platzgründen nur das generische Maskulinum verwendet. Hier sind selbstverständlich alle Menschen gemeint.

### Das Projekt wurde gefördert durch:

Förderrichtlinie Regionalentwicklung (FR Regio)

## Grußwort

Liebe Mitbürgerinnen und Mitbürger,  
liebe Partner und Unterstützer,

es ist mir eine große Freude, Sie auf unseren Weg zur touristischen Weiterentwicklung des Zittauer Gebirges und der südlichen Oberlausitz einzuladen und mitzunehmen. Mit diesem touristischen Master- und Mitmachplan liegt eine ambitionierte Vision vor. Sie würdigt die bisherigen Erfolge im Tourismus, hinterfragt wichtige Aspekte und gibt Impulse, wo und wie wir gemeinsam die Region für uns und unsere Gäste weiter entwickeln können.

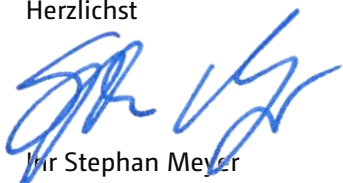
Es freut mich besonders, dass dieser Plan das Ergebnis breiter Zusammenarbeit ist – mit Beteiligung von engagierten Bürgern und Bürgerinnen, den Kommunen und der Verwaltung, Vereinen und Verbänden sowie Partnern aus der Wirtschaft. Die Projekte, die erarbeitet wurden, spiegeln die kreative Kraft unserer Region wider und entwerfen neue Reiseanlässe rund um die Stärken und das Einzigartige unserer Heimat im Dreiländereck.

Gemeinsames Ziel ist es, die einzigartige Natur- und Kulturlandschaft des Zittauer Gebirges für Einheimische und Gäste erlebbar zu machen, ohne dabei den Schutz dieser wertvollen Ressourcen aus den Augen zu verlieren. Wir wollen einen naturnahen und erlebnisorientierten Tourismus fördern, der unsere Region das ganze Jahr über attraktiv macht – für Familien, Outdoor-Enthusiasten und Kulturinteressierte gleichermaßen.

Ich lade Sie dazu ein, weiterhin aktiv mitzuwirken und Ihre Ideen einzubringen. Denn nur gemeinsam können wir das volle Potenzial unserer Region ausschöpfen und die Zukunft des Tourismus in der Oberlausitz erfolgreich gestalten.

Mein herzlicher Dank gilt allen, die sich bereits mit vollem Einsatz eingebracht haben und die uns auch weiterhin auf diesem spannenden Weg begleiten. Ich freue mich auf die weitere Zusammenarbeit und bin gespannt auf die Entwicklungen, die vor uns liegen.

Herzlichst



Herr Stephan Meyer

Landrat des Landkreises Görlitz

Präsident des Landestourismusverbandes Sachsen









# Inhalt

Grußwort.....	1
Anlass und Zielstellung.....	2
Stolz: Das haben wir erreicht.....	5
Kritisch: Darüber sollten wir sprechen. ....	8
Umsichtig: Das kommt auf uns zu. ....	10
Stark: Darauf können wir zählen. ....	15
Vielversprechend: Wo (mehr) Einsatz lohnt. ....	17
Neu: Wir gehen weiter. ....	19
Projekt 1: Oberlausitzer Umgebndeland – Baukunst geborgen .....	22
Projekt 2: Freda im Gepäck – Storytelling vor, während und nach der Reise .....	24
Projekt 3: Fredas Wunderwelt – Das immersive Erlebniszentrum im Herzen des Zittauer Gebirges.....	26
Projekt 4: Ein Park, drei Länder – Der Trail-Erlebnispark im Zittauer Gebirge.....	28
Projekt 5: Die kosmopolitische Lausitz – Spitzenkultur im wahren Leben.....	30
Aufbruch: Jetzt gemeinsam Zukunft gestalten. ....	32
Dank und Ausblick .....	35
Abkürzungen .....	36

## Anlass und Zielstellung

Seit jeher sind der Naturpark Zittauer Gebirge und die südliche Oberlausitz beliebte Reise- und Ausflugsziele. Schon über 150 Jahre empfangen wir hier Gäste, die sich bei uns auf verschiedene Weise erholen – ob z. B. im Familienurlaub, beim Skifahren, Wandern, Biken oder Klettern, als Kulturgäste oder Pilger. Das grenzübergreifende Angebot macht die Region zu einem internationalen Reiseziel.

Nach vielen Jahren touristischer Arbeit, von Aufbau und Etablierung, steht aktuell eine Zäsur ins Haus: Viele Betriebe sind mitten im Generationswechsel, manche Attraktion braucht neue Impulse, digitaler Wandel, Klima- und Biodiversitätskrise führen zu einem gesellschaftlichen Umbau. Das alles wirkt auf die Wünsche und Ansprüche der Gäste – aber auch stark auf unsere Erwartungen als Einheimische, wie der Tourismus in unserer Heimat gut funktionieren kann.

Aus diesem Grund hat die Stadt Zittau in Kooperation mit den Städten Herrnhut und Ostritz, der TGG Naturpark Zittauer Gebirge/Oberlausitz e. V., dem Naturpark Zittauer Gebirge e. V. und dem Kooperationsnetzwerk Naturpark Zittauer Gebirge - Das Outdoorland einen touristischen Masterplan zur Weiterentwicklung des Tourismus in der Region in Auftrag gegeben.

Zentrale Bestandteile waren von Beginn an ...

- die integrierte Betrachtung der bisher teilweise unabhängig voneinander agierenden Bereiche Aktiv-, Kultur- und Familientourismus;
- die identitätsstiftende Attraktivitätssteigerung der gesamten Dreiländerregion für die Einheimischen
- die gemeinsame, netzwerk- und sektorübergreifende Konzeption konkreter Projekte, die künftig das Angebot ergänzen oder neue Reiseanlässe schaffen

- sowie die impulsgebende Wirkung für Investitionen der freien Wirtschaft auf Basis der Vorarbeiten der kommunalen und regionalen Strukturen.

So ist aus dem geplanten Masterplan der vorliegende touristische Master- und Mitmachplan geworden. Er ist eine Einladung, gemeinsam die nächsten Schritte zu gehen, unsere Heimat in unserem Sinn und für die nachfolgenden Generationen touristisch weiterzuentwickeln.

Er ...

- beschreibt kurz, wo wir stehen und was wir erreicht haben;
- macht auf Aspekte aufmerksam, die Sorgen bereiten,
- gibt einen knappen Überblick zu wesentlichen Trends und gesellschaftlichen Entwicklungen, die auf den Tourismus wirken,
- fasst regionale Stärken zusammen, auf die wir uns stützen können,
- gibt Impulse, wo mehr Austausch und Anstrengung lohnen können,
- und stellt schlussendlich die erarbeiteten Projekte vor.

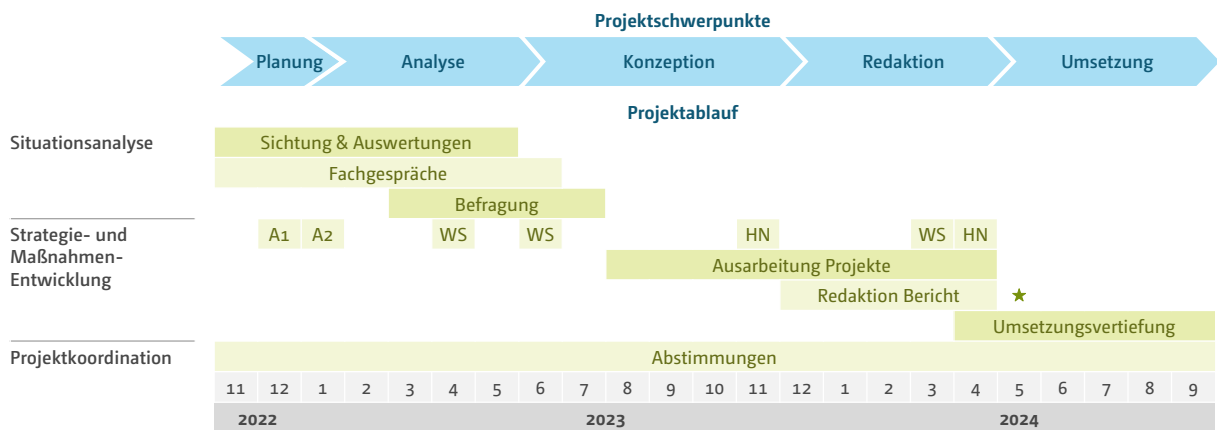
Das Papier wird durch eine umfangreiche Liste von Netzwerken und Ansprechpartnern abgerundet, denn eines ist klar: Nur, wenn Sie mit an Bord kommen, wenn wir alle gemeinsam am Tourismus tüfteln und ihn weiterentwickeln, kommen wir ans Ziel.

Es kommt auf Sie an: als interessierte Köpfe, Gestalter, Netzwerkpartner und Interessengruppe – egal ob aus der öffentlichen Hand, der Zivilgesellschaft oder der Privatwirtschaft. Nur Ihre Impulse und Initiative tragen die Projekte voran und führen bestenfalls zur Umsetzung der hier vorgestellten und vieler weiterer Ideen.

Alle Strukturen und Ansprechpartner finden Sie ab Seite 32.

PROJEKTABLAUF

## Phasen und wichtige Meilensteine



A1/A2: Auftaktveranstaltungen;  
WS: Workshop; HN: Hackathon

Wichtige Meilensteine bei der Erarbeitung des vorliegenden Master- und Mitmachplans für die touristische Weiterentwicklung des Zittauer Gebirges und der südlichen Oberlausitz (Quelle: absolutGPS 2024)





## Stolz: Das haben wir erreicht.

*Kurz die Rückspultaste gedrückt: Gemessen an 1990 hat sich so viel in der Region bewegt, ist so viel renoviert, neu etabliert und neu entdeckt. Wünschen sich die Engagierten, Macher und Vordenker mehr? Na klar! Was liegt hier für ein Potenzial ...*

### Positive Tourismusentwicklung

Der Tourismus im Zittauer Gebirge und der südlichen Oberlausitz hat sich in den letzten Jahren gemausert. Mit einem herausragenden kulturellen, aktivtouristischen und familiengeeigneten Angebot hat sich die Region ihren Platz im Deutschlandtourismus erobert, auch wenn sie weiter ein Geheimtipp ist.

Im Spitzenjahr 2019 wurden über 160.000 Ankünfte und erstmals über 500.000 Übernachtungen im gewerblichen Sektor erreicht. Die Werte aus 2023 zeigen, dass sich der Übernachtungstourismus nach der Corona-Pandemie nicht nur erholt hat, sondern sich nochmals steigern konnte.

Auch der Tagestourismus hat eine besondere Bedeutung. Attraktionen wie z. B. die Zittauer Schmalspurbahn (2019: 257.000 Gäste), der Trixi-Ferienpark (2019: 166.000 Gäste), Burg und Kloster Oybin (2019: 111.000 Besuche) oder die Herrnhuter Sternemanufaktur (2019: 68.000 Gäste) außerhalb der Gebirgskulisse ziehen zahlreiche Tagesgäste an.

Die Freizeit- und Erholungsmöglichkeiten in Liberec, im Lausitzer, Riesen- und Isergebirge vervollständigen das Angebot im Großraum.

### Pulsierendes Kultur- und Kreativangebot

Als jahrhundertealter Schnittpunkt europäischer Kultur und Geschichte ist die Region von einer außergewöhnlichen Kulturdichte – voller Vielfalt und Internationalität – geprägt. Dabei sorgen nicht nur die Faktoren- und Umgebendehäuser aus dem 17. bis 19. Jahrhundert für

einen Alleinstellungscharakter. Auch ikonische Bauten der Moderne wie Haus Schminke, die Silberteichbaude oder das Hotel Ještěd, zeugen vom Erfinder- und Unternehmergeist, der die gesamte grenzübergreifende Region geprägt hat. Hier gibt es ständig etwas zu sehen und zu entdecken.

Überregionale Aufmerksamkeit haben Kulturveranstaltungen wie das Lausitz Festival, Lípa Musica, das Neiße-Film- oder auch das Mandau-Jazz-Festival erlangt. Netzwerke wie die Kreative Lausitz, TOPOMOMO oder der Kulturverein Ottokar e. V. pflegen einen beständigen Austausch und sorgen als Teil einer äußerst lebendigen Kulturszene für eine große Vielfalt und hohe Angebotsdichte. Die vielbeachtete Bewerbung Zittaus als Europäische Kulturhauptstadt 2025 sowie die Verleihung des UNESCO-Welterbe-Titels an die Stadt Herrnhut zeugen von hohem Engagement und Potenzial der Region und ihrem reichen kulturellen Erbe.

### Aktivtourismus: Magie wohin man geht

Dichte Wälder, offene Landschaften, immer neue Panoramen und sagenumwobene Gebirgsorte: Das Zittauer Gebirge und die südliche Oberlausitz laden seit jeher zur Erholung und Abenteuer ein. Traditionell sind sie bei Wandern, Kletterern und Wintersportlern beliebt. Heute wird das dichte Wegenetz auch gern zum Radfahren und Mountainbiken dies- und jenseits der Grenze genutzt. Wer hier auf Entdeckung geht, findet zahllose Aussichten, urige

Bauden und Wege, die z. B. im Mountainbiken fast nur Szenekennern bekannt sind.

Herausragende Events wie die O-See Challenge oder auch der Malevil Cup auf tschechischer Seite haben einen internationalen Ruf. Tagtäglich fehlt es jedoch noch an einem offiziellen Bike-Angebot mit Strahlkraft.

### **Viele Familien fühlen sich hier wohl**

Durch ihr Aktiv- und kulturelles Angebot sowie durch die kurzen Wege zu Attraktionen wie dem Steinzoo, dem Schmetterlingshaus in Jonsdorf, dem Trixi-Ferienpark in Großschönau oder dem Olbersdorfer See ist die Region per se ein Familienparadies.

Die Auszeichnung Jonsdorfs als familienfreundlicher Ort durch die TMGS unterstreicht den familienfreundlichen Anspruch.

Im weiteren Umkreis der Oberlausitz als Mutterdestination gibt es ebenfalls ein vielfältiges Angebot für Familienabenteuer – allen voran ziehen der Saurierpark Kleinwelka bei Bautzen oder die „Die Geheime Welt von Turisede“ Kinder, Jugendliche und ihre Eltern in ihren Bann.

Auch hier kommen Familien jenseits der Grenzen auf ihre Kosten. Genannt sei hier beispielsweise das IQ-Landia in Liberec (CZ), zahlreiche Schauwerkstätten im Bereich der Glasherstellung oder Aktivangebote wie der Skywalk in Bad Flinsberg (PL).

### **Perspektive der Einheimischen**

Für die Erstellung des Masterplans erfolgte auch eine Befragung unter den Einheimischen zum Tourismus, seiner gegenwärtigen Lage und zur Zukunft.

Mit gut 350 verwertbaren Feedbacks in der Zufallsstichprobe vermittelt die Erhebung eine fundierte Einschätzung der Lage.

- Besonders beeindruckend: 88 Prozent der Menschen leben sehr gern oder gern hier in der Region! Dieser Wert übertrifft sogar die Ergebnisse des Lausitzmonitors noch deutlich.
- Aus Sicht von 86 Prozent der Befragten hat der Tourismus eine sehr hohe bzw. hohe Bedeutung für die Region.
- Nicht nur dies: Auch die Auswirkungen des Tourismus werden ähnlich eingeschätzt. 91 Prozent der Teilnehmer sagen, dass der Tourismus für die Region einen überwiegend oder eher positiven Einfluss hat.
- Nach der persönlichen Lage gefragt, sind es immer noch 64 Prozent der Befragten, die den Tourismus als überwiegend oder eher positiv einschätzen.
- Die Tourismusakzeptanz (Region: 88; persönliche Lage: 62) ist damit im Deutschlandvergleich außerordentlich hoch.

Auch die Grenzlage wird von einer Mehrheit der Menschen positiv bewertet. 70 Prozent schätzen sie als überwiegend oder eher positiv ein. Mehr als die Hälfte der Befragten (51 %) ist mehrmals monatlich auf der anderen Seite der Grenze, ein knappes Drittel (30 %) zumindest mehrmals im Jahr. Die drei wichtigsten Anlässe sind Ausflüge (47 %), tanken (47 %) und ausgehen (42 %).

*„Hier gibt es eine einzigartige kompakte Naturkulisse mit unglaublichen Möglichkeiten: für jung und alt, aktiv oder gechillt, international und gleichzeitig traditionell.“*

*„Ich schätze die Vielfalt, Abwechslung, Berge & Seen und Veranstaltungen der Region. Egal ob Sommer oder Winter langweilig wird es nicht.“*

*„Die Landschaft, die Dichte bzw. Fülle von Natur und Geschichte, kulturelle Vielfalt durch Tschechien und Polen in unmittelbarer Nähe gefällt mir besonders.“*

**88 %**

**sagen, „ich lebe (sehr) gern hier.“**

**Der Tourismus hat für mich persönlich überwiegend positive (32 %) bzw. eher positive (32 %) Effekte.**

*„Wir leben hier in einer landschaftlich sehr schönen Gegend mit vielen Möglichkeiten sportlicher Aktivitäten und interkulturellem Austausch, insbesondere durch die Lage in der Dreiländerregion“*

*„Die Natur, die vielfältigen Freizeitmöglichkeiten, die kurzen Wege, das Gebirge, die Wälder, die Wanderwege, die Ruhe – Hier befindet sich eine Landschaft wie im Voralpenland.“*

**86 %**

**Tourismus hat eine (sehr) hohe Bedeutung für die Region**

**Er sorgt für ein positives Image der Region (93 %), fördert die lokale Wirtschaft (93 %), schafft attraktive Arbeit (60 %) und bewirkt ein vielfältiges familienfreundliches (62 %), aktivtouristisches (77 %) sowie kulturelles (64 %) Angebot.**

*„Man ist schnell in der Natur und die vielen kulturellen Angebote, die wunderschöne Landschaft, der See vor der Türe und das Gebirge im Hintergrund sind wunderbar.“*

*„Die Region hat viel Natur, eine harmonische Landschaft, historischen Kulturraum und ist fern der Großstadtheftik.“*

*„Ich schätze die vielen Möglichkeiten draußen in der Natur zu sein und die Nähe zu Tschechien und Polen mit den dadurch unzähligen Möglichkeiten.“*



## Kritisch: Darüber sollten wir sprechen.

*Neben vielen Erfolgen gibt es Aspekte, die bei der touristischen Weiterentwicklung Sorgen bereiten (können). Wie gehen wir damit um?*

### **Herausforderung Gästeherkunft**

Hinsichtlich der Quellmärkte fällt auf: Die TGG lebt noch immer hauptsächlich von ihrem historischen Einzugsgebiet. Das sind v. a. Sachsen, Brandenburg und Berlin. Neue Zielgruppen zieht es bislang nur in geringem Maß in die Region. Der Anteil an ausländischen Übernachtungsgästen liegt für die gesamte Oberlausitz trotz der Grenznähe bei nur 4,7 Prozent. Anders ist das Bild bei den Tagesgästen – hier ist die Nähe zu Tschechien positiv bemerkbar, auch wenn die tschechischen Besucher nach wie vor bevorzugt in ihrem Heimatland übernachten.

### **Ausbaufähiger Nah- und Fernverkehr**

Bei der Erarbeitung des Masterplan Tourismus wurden die verbesserungswürdige Verkehrsanbindung des Freistaates und die Lücken im Mobilitätsangebot in den ländlich geprägten Regionen intensiv diskutiert.

Dies trifft auf die Region besonders zu. Dauert die Anreise mit dem Auto für viele Gäste schon lang, so ist sie mit der Bahn ein besonderer Aufwand. Die Anbindung hat sich in den letzten Jahren weiter verschlechtert. Das beschränkt die Möglichkeiten, neue Gäste und Herkunftsmärkte zu gewinnen.

### **Umgang mit der Wetterabhängigkeit**

Als Natur- und Aktivregion ist das Zittauer Gebirge und die südliche Oberlausitz wetterabhängig. Die steigende Schneeunsicherheit reduziert das Wertschöpfungspotenzial der Wintermonate, was u. a. die Studie „Schneeklimatologie Sachsen“ des Sächsischen Landesamtes

für Umwelt, Landwirtschaft und Geologie insbesondere für die Kammlagen belegt.

Auch die Sommermonate verlangen künftig mehr Resilienz. Der Temperaturanstieg ist im Mittelgebirge zunächst eine Chance. Extremere Niederschläge sind andererseits ebenso bedrohlich wie anhaltende Trockenheit. Der Waldumbau wird durch sie unumgänglich, das Landschaftsbild verändert sich zum Teil extrem. Für den Rad- und Wandertourismus hat dies deutliche Auswirkungen.

So fordernd es ist: Mit dieser neuen Variabilität gilt es bei der Infrastruktur- und Angebotsentwicklung, dem Unterhalt und der Vermarktung umzugehen. Die Gäste erhoffen sich ein gutes Angebot, wenn Schnee liegt und wenn er ausbleibt. Sie wünschen sich adäquate Freizeitmöglichkeiten bei Hitze und bei Dauerregen. Von allem gibt es künftig mehr. Als Natur- und Aktivregion gilt es, die gesamte Wetterklaviatur mit ihren neuen Extremen bestmöglich zu beherrschen und (trotzdem) ein passendes Angebot zu machen.

### **Wirtschaftliche Dynamik**

Unter Gründern und Investoren liegt die Region weiter im letzten Drittel der sächsischen LEADER-Regionen. Im Widerspruch zum sächsischen Trend gibt es seit 2012 mehr Gewerbeabmeldungen als -anmeldungen. Zahlreiche Akteure engagieren sich in der Region, arbeiten untereinander jedoch oft wenig abgestimmt.

Im „Prognose-Zukunftsatlas 2022“, der sich mit regionalen Zukunftschancen beschäftigt, liegt der Landkreis Görlitz trotz positiver

Entwicklungen aktuell noch an Stelle 390 der 400 betrachteten Landkreise und kreisfreien Städten.

So sehr sich die Engagierten in Politik, Verwaltung, Wirtschaft und Zivilgesellschaft auch für eine Verbesserung einsetzen. Der Befund des Instituts der Deutschen Wirtschaft fällt ganz ähnlich aus. In seinem Regionalranking betrachten die Forscher 55 Einzelindikatoren aus den Bereichen Lebensqualität, Wirtschaftsstruktur und Arbeitsmarkt. So bewerten sie das Niveau und die Dynamik der Regionalentwicklung. Der Landkreis Görlitz zählt in der Untersuchung 2024 zur Gruppe der schwächsten Regionen in Deutschland.

#### Perspektive der Einheimischen

Neben den vielen positiven Rückmeldungen in der Besucherbefragung werden auch Sorgen über die Entwicklung der Region und den Zusammenhalt geäußert. Exemplarisch sind die folgenden Zitate:

- „Es gibt zwei Seiten: Die eine Seite, die auf der Suche nach Gemeinschaft jegliche

Veränderung ablehnt und versucht, diese aktiv zu verhindern. Die andere Seite, die in Veränderung eine Chance auf Gestaltung und positiven Wandel sieht.“

- „... dass das eigentlich so kleine Zittauer Gebirge nicht ganzheitlich vermarktet wird. Jede Gemeinde verfolgt eigene Ziele.“
- „Weltoffenheit und Zukunftsorientierung haben einen schweren Stand. An sich ist Konservatismus nichts Schlechtes, hier aber zeigt er sich als reaktionär. Verschwörungstheorien werden verbreitet, es heißt zu oft, das war immer so und so muss es bleiben.“

Gleichzeitig werden deutliche Wünsche für die Zukunft klar. Sie gehen weit über die touristische Entwicklung hinaus und beziehen sich insbesondere auf die stärkere Verknüpfung der drei Länder, mehr Offenheit, touristische Wertschätzung, bessere verkehrliche Anbindung, ein noch besseres Image der Region sowie ein attraktives Lebens- und Arbeitsumfeld insbesondere für junge Menschen und Familien.



## Umsichtig: Das kommt auf uns zu.

*Die Gesellschaft und alle Regionen befinden sich im Wandel. Bei der Gestaltung der touristischen Zukunft hilft es, sich vorzubereiten und die Dynamik zum eigenen Vorteil zu nutzen.*

### Wandel betrifft alle Regionen

Zahlreiche gesamtgesellschaftliche Entwicklungen stellen nicht nur das Zittauer Gebirge und die südliche Oberlausitz, sondern die meisten Destinationen vor Herausforderungen.

Ob der Umgang mit und die Anpassung an den Klimawandel und die Biodiversitätskrise, die zunehmende Alterung der Bevölkerung, die digitale Transformation oder die Umstellung auf ein kohlenstoffreies Wirtschaften und die Mobilitätswende: Manchmal weiß man gar nicht, wo einem der Kopf steht – von Glokalisierung und internationalen Verwerfungen ganz zu schweigen.

Nicht umsonst sprechen manche von multiplen Krisen und fühlen sich viele an die Zeit starker Umbrüche in den frühen 1990er Jahren erinnert.

### Auf Entwicklung einstellen

Bei der Einstellung auf diese Themen hilft: Tiefgreifende gesellschaftliche Veränderungen vollziehen sich nicht linear. Sie bauen sich sukzessive auf. Ist der jeweilige soziale Kipppunkt erreicht und eine kritische Masse überzeugt, folgt ein deutlicher gesellschaftlicher Richtungswechsel mit voller Kraft.

Bildlich gesprochen: Je nach Kontext kündigt sich eine Welle oft lange an. Ausgehend von einem vergleichsweise häufig kleinen Auslöser geht es dann „auf einmal“ sehr schnell – weil die Mehrheit der Gesellschaft zum Handeln bereit ist.

Aus touristischer Perspektive heißt das:

- Alle Regionen sind mit diesen Herausforderungen konfrontiert, alle finden ihren Umgang mit ihnen.
- Die smarten nutzen sie und erarbeiten sich einen Vorsprung – um sich besser zu organisieren, besser miteinander zu leben, besser zu wirtschaften.
- Sie nutzen die verbleibende Zeit, um ihre tourismuswirtschaftliche Struktur zielgerichtet auf die sich verändernden Rahmenbedingungen vorzubereiten.

### Wandel gemeinsam gestalten

Die folgenden Erfolgsfaktoren helfen dabei, die Veränderungen und die damit verbundenen Anstrengungen zu vermitteln und zum Vorteil einer Region zu nutzen.

1. **Ansprache aller Handelnden als mündige Akteure**, die bereit sind, Verantwortung zu übernehmen, wenn sie fair behandelt werden. Dies reicht von den Einwohnern über die politischen Vertreter bis zu den Wirtschaftsbetrieben.
2. **Faktische und ehrliche Aufklärung über die anstehenden Herausforderungen.**
3. **Erklärung der Notwendigkeit:** Wenn Verantwortungsträger den Sinn des anstehenden Wandels und der damit verbundenen Anstrengungen glaubwürdig vermitteln, steigt die Veränderungsbereitschaft deutlich.
4. **Faire Verteilung der Lasten:** Es ist Führungsaufgabe, alle Betroffenen gerecht und ausgewogen an den Anstrengungen zu beteiligen. Sobald der Eindruck entsteht, eine Gruppe werde unverhältnismäßig stark belastet oder



geschont, wird diese Ungerechtigkeit in den Mittelpunkt der Debatten rücken und das gesamte Handeln infrage gestellt.

5. Einbettung der einzelnen Maßnahmen in einen systematischen, vertrauenswürdigen und zwischen den unterschiedlichen Handelnden gut abgestimmten Plan. Dieser darf, dieser wird sich im Zeitverlauf aufgrund neuer Erkenntnisse ändern. Aber er sollte zu jedem Zeitpunkt eine machbare und langfristig erfolversprechende Reaktion auf die Herausforderungen und eine gemeinsame Vision beschreiben.

#### **Digitale Transformation: Treiber des Wandels**

Die fortschreitende Digitalisierung und Anwendung künstlicher Intelligenz prägen und verändern alle Lebensbereiche. Die Welt wird dadurch komplexer und vernetzter. Aufgrund der schier Menge an Daten, Informationen und Angeboten sowie der Intransparenz von Algorithmen wird die Welt dabei zunächst gleichzeitig undurchschaubarer. Die Tourismus- und Freizeitwirtschaft bildet keine Ausnahme.

Unmittelbar für die Praxis heißt das, egal ob vor den Kulissen oder im Hintergrund: Immer mehr touristische Prozesse werden entlang der gesamten Customer Journey digital abgebildet und durch Analysen und Algorithmen weiterentwickelt. Vorteilhaft sind daran eine höhere wirtschaftliche Effizienz und Effektivität, mehr Erlebnisqualität und eine treffsicherere Gästearsprache. Zunächst führt die Entwicklung aber zu Anpassungsaufwand und einer Umschichtung von Ressourcen.

#### **Chancen:**

- mehr Sichtbarkeit in den passenden Nischen
- Individualisierung der Customer Journey und bessere Nutzung des Customer Lifetime Value
- Neuausgestaltung von (interaktiven) Angeboten
- gezielte Aktivitätslenkung durch vollständig integrierte analoge und digitale Medien

#### **Demografischer Wandel: Die Babyboomer machen frei**

Der demografische Wandel mit Bevölkerungsrückgang und Alterung ist in den letzten Jahren weiter vorangeschritten und wird sich auch künftig ähnlich dynamisch fortsetzen.

Für den Deutschlandtourismus entsteht so bis mindestens 2040 eine erhöhte Nachfrage nach bezahlbarem, familienorientiertem Urlaub. Dies erfordert gleichzeitig den Ausbau barrierefreier Angebote.

Für das Zittauer Gebirge und die südliche Oberlausitz geht die 7. Bevölkerungsprognose für den Freistaat Sachsen bis 2035 allerdings von einem weiteren Bevölkerungsrückgang um mindestens 11,3 Prozent aus. D. h. auch die Beschäftigten der Tourismusbranche werden immer älter und ihre Anzahl nimmt ab – bereits heute herrscht vielerorts Fachkräftemangel.

#### **Chancen:**

- Bedienung der steigenden Nachfrage Aktiv-, Kultur-, Familien- und Gesundheitsangebote
- Konzentration auf Qualität und Regionalität in der Ausgestaltung der Angebote
- stärkere Konzentration und Investitionen in eine barrierefreie Ausgestaltung der Destination, die allen zugutekommt
- systematische Digitalisierung aller unternehmerischen Prozesse, um die Effizienz zu steigern – menschlicher Einsatz nur noch dort, wo Gastfreundschaft und persönlicher Kontakt Wert schaffen – mehr Zeit für Service statt administrativer Prozesse

#### **Klima und Artenvielfalt: Lebensgrundlagen in der Krise**

Neben veränderten Formen der Landnutzung zählt der Klimawandel zu den Hauptursachen für den weltweiten Rückgang der biologischen Vielfalt. Unter Fachleuten wird der Biodiversitätsverlust sogar als die kritischere der beiden großen menschenverursachten Umweltkrisen eingeschätzt, denn intakte Ökosysteme sichern unsere Lebensgrundlagen u. a. durch saubere Luft, Trinkwasser und fruchtbare Böden. Sie

schützen vor Naturgefahren, zum Beispiel vor Hochwasser, Lawinen, Hangrutschungen und Steinschlag. Und sie dienen der Erholung und Gesundheit, denn Naturräume wie Wälder, Parks, Landwirtschafts- und Gartenflächen sowie ungenutzte Räume verbessern die physische, psychische und soziale Gesundheit und bieten Raum für Sport und Freizeit.

Zwar sind z. B. Starkwetterereignisse wie Hitzewellen, (langanhaltende) Wasserknappheit, Orkane oder Starkregen längst allorten zu spüren, gleichzeitig lässt die Erderwärmung auffällig viele Menschen noch kalt. In Untersuchungen erkennen sie an, dass andere Bevölkerungsgruppen möglicherweise schwer von den Auswirkungen des Klimawandels betroffen sind. Sich selbst halten sie in der Regel für weniger stark bedroht.

Dabei reicht ein Blick in den Harz, das Sauerland oder den sächsischen Mittelgebirgskamm, um die starke, durch milde Winter und anhaltende Dürre begünstigte Ausbreitung des Borkenkäfers zu erkennen. Auch das in vielen Teilen der Alpen und Mittelgebirge deutlich reduzierte Wintertourismusgeschäft sind die Folge eines sich erwärmenden Klimas und veränderter meteorologischer Muster mit intensiverem Niederschlag innerhalb kurzer Zeit und erhöhten Durchschnittstemperaturen. Die Flutkatastrophe im Ahrtal zeigt, wie die touristische Lebensgrundlage innerhalb kürzester Zeit auf Jahre zerstört werden kann.

Beides – sowohl erwartbar stabile Saisonverhältnisse als auch intakte Natur- und Landschaftsräume – sind wichtige Güter für den Tourismus. Das heute gegenüber früher wesentlich spontanere Buchungsverhalten wird durch digitale Plattformen gefördert, hat seine Ursache aber v. a. im Wunsch nach den präferierten meteorologischen Verhältnissen (Schneesicherheit, Badewetter, keine Wasserrationierung usw.).

#### Chancen:

- Vermarktung der Sommerfrische als Fluchtpunkt zu den Hitzewellen wie sie die Städte und weite Teile Brandenburgs zukünftig mehr erleben werden – sowohl an Gäste als auch Ferien- und Zweitwohnungsbesitzer
- lebensnahe, anfassbare Vermittlung, wie der Naturschutz in der Praxis eines Naturparks konkret vor Ort erfolgt – z. B. Forst- und Wasserschutztouren für Familien, Mitmachangebote bei der Renaturierung, Wiederaufforstung und Wiedervernässung von Mooren
- Regionalität und (geführte) Naturerfahrung als Teil des touristischen Angebots
- Nutzung der regionalen Nähe zu den Quellmärkten als Beitrag zur CO<sub>2</sub>-Vermeidung, im besten Fall durch An- und Abreise mit öffentlichen Verkehrsmitteln
- noch stärkere Ausrichtung des Angebots vor Ort auf den grenzüberschreitenden Langsamverkehr und ÖPNV

#### Ganzheitlich wertorientiert wirtschaften

Auch in der Wirtschaft ist diese Entwicklung lange angekommen. Nicht zuletzt deshalb löst die wertorientierte Unternehmensführung, also der Fokus den Wert einer Unternehmung langfristig für alle Interessengruppen zu steigern, die Gewinnerorientierung schon seit den 1980er Jahren zunehmend ab. Neben dem Wert für die Gäste und die Anteilseigner gelten der soziale, ökologische und ökonomische Beitrag eines Unternehmens oder eine Branche als Erfolgsindikatoren des Handelns.

Im Tourismus zeigt sich dies z. B. konkret am Ringen um faire Arbeitsbedingungen und auskömmliche Gehälter, bei der Frage nach einem respektvollen Umgang mit der einheimischen Bevölkerung und ihrer Kultur oder beim Interessenausgleich zwischen verschiedenen Nutzergruppen, Akteuren und Einheimischen im Rahmen der Besucherlenkung.

Auch die steigenden Anforderungen an die Nachhaltigkeit der Betriebe sind eine direkte Folge des Übergangs zu einer klimaneutralen Wirtschaftsweise.

- Fördermittelgeber, Banken und Investoren berücksichtigen immer stärker, inwieweit sich Firmen in ihrer Angebotspolitik zukunftsfähig aufstellen und für Klimarisiken wie Unwetter oder Niederschlagsknappheit Vorsorge treffen.
- Die Nachhaltigkeitsberichterstattung richtet sich in der EU zwar an kapitalmarktorientierte Unternehmen. Da diese aber ihre Lieferanten – mithin auch die Tourismus- und Freizeitwirtschaft – perspektivisch in das Reporting aufnehmen müssen, entsteht auch für KMU ein steigender Handlungsdruck.
- Die Freigabe des Emissionshandels ist nur noch eine Frage der Zeit: D. h. wer keine Vorkehrungen trifft und mit seinem Betrieb Treibhausgase wie bisher ausstoßen möchte, wird dafür mehr und mehr zahlen müssen.

Der Umgang mit dem Klimawandel und die Umstellung auf ein nachhaltiges Wirtschaften können damit perspektivisch nicht mehr an einzelne Positionen in den Unternehmen wie das Klima- und Nachhaltigkeitsmanagement delegiert werden. Er wird vielmehr die täglichen Entscheidungen aller Mitarbeiter beeinflussen. Das Gute daran: Es wird eine Vielzahl an Angeboten und Lösungen für die verschiedenen betrieblichen Herausforderungen geben. Die Veränderungen werden nicht umsonst zu haben sein, aber durch die stark wachsende Nachfrage

ist mit einem deutlichen Preisverfall zu rechnen. Nachhaltiges Handeln wird so sukzessive selbstverständliche, qualitätsfördernde Praxis und kann sich schrittweise zur Kreislaufwirtschaft weiterentwickeln.

Ein Teil der Bürger und Gäste lebt dies heute schon. Verschiedene Netzwerke z. B. im Kontext der Agenda 2030 und der Regionalentwicklung, wie die Lokalen Aktionsgruppen im Rahmen von LEADER, verschiedene länderübergreifende INTERREG-Kooperationsprogramme oder die „Mitmach-Regionen“ setzen sich dafür ein, regionale Transformation so wirksam und verträglich wie möglich zu gestalten.

#### Chancen:

- ganzheitliche, sinnstiftende Ausrichtung von Betrieben und ihrem Angebot als Wettbewerbsvorteil beim Werben um Gäste und Arbeitskräfte
- Steigerung der Widerstandskraft und langfristigen Rendite von Unternehmen und ihrem Angebot
- Vergrößerung der Netzwerke und Gewinnen neuer engagierter Akteure über die bekannten Gesichter hinaus
- stärkere Vernetzung von Tourismus- und Regionalentwicklung: attraktiveres Angebot für Einheimische und Gäste – Förderung der Tourismusakzeptanz
- bevorzugte Förderung der Strukturentwicklung im Lausitzer Revier im Rahmen des Investitionsgesetzes Kohleregionen (InvKG, siehe S. 15)





**WANDEL**

## Stark: Darauf können wir zählen.

*Die bisherige touristische Entwicklung baut auf starken Pfunden auf. Viele helfen auch in Zukunft.*

### Dreiländereck: Im Herzen Europas

Die unmittelbare Grenzlage zu Polen und Tschechien macht die Region um das Zittauer Gebirge zu etwas ganz Besonderem. Sie prägt die Kultur der Region maßgeblich.

Zusätzlich birgt die Lage zu weltweit beliebten Reisezielen wie Dresden und Prag ein hohes Potenzial, neue Gäste anzusprechen.

#### Chancen:

- Differenzierung am Markt durch „Alleinstellung“ Dreiländereck – für Gäste und (internationale) Investoren
- Stärkung des Deutschlandtourismus: Steigerung der Aufenthaltsdauer und Auslastung in der Haupt- und Nebensaison

### Hohes Tourismusbewusstsein und viel Erfahrung

Der internationale Austausch und Handel sowie die damit verbundenen Impulse der Gäste und Rückkehrer prägen die Region seit Jahrhunderten. Der Sechsstädtebund, die Damasttradition, das reiche architektonische Erbe und die Industriekultur zeugen beispielhaft vom starken Unternehmergeist und dem daraus resultierenden Wohlstand der Region. Schon früh mauserte sich „das Gebirge“ zu einem Magneten für Wandergäste und Erholungssuchende. Auf diese Erfahrung und Kraft lässt sich aufbauen.

### Das Lausitzer Revier erfindet sich neu

Nach dem Strukturbruch der 1990er Jahre steht der Region mit dem Ausstieg aus der Braunkohle abermals ein großer Wandel bevor. Das anvisierte Ende der Braunkohlever-

stromung bis 2038 fordert die Region erneut. So erstrebenswert der Kohleausstieg vor dem Hintergrund der ökologischen Vorteile ist, so gravierend sind die Auswirkungen vor Ort.

Für diese Strukturentwicklung stehen im gesamten Lausitzer Revier in den kommenden zwei Jahrzehnten mehrere Milliarden Euro zur Förderung des Strukturwandels zur Verfügung. Klug investiert helfen sie dabei, die Region nachhaltiger und zukunftsweisender aufzustellen. Davon profitieren auch touristische Akteure vor Ort sowie die touristische Wirtschaft allgemein.

#### Chancen:

- Finanzierung innovativer, zukunftsweisender Tourismusprojekte sowie Infrastrukturausbau (u. a. Verkehrsanbindung, digitale Infrastruktur)
- Neuansiedlung von Unternehmen und Arbeitskräften durch ein attraktives Lebens- und Arbeitsumfeld fördern
- Wiederbelebung leerstehender Industriebäude für kulturelle Veranstaltungen
- Inszenierung der bewegten Geschichte der Oberlausitz

### Lebendige Netzwerke und Vereine

Die Region kann auf ein äußerst lebendiges, traditionsreiches Vereinswesen stolz sein. Die Initiativen daraus haben Veranstaltungen wie die O-See-Challenge oder den Malevil Cup auf die Beine geholfen.

Zahlreiche weitere Veranstaltungen wie das Lückendorfer Bergrennen, der Tag des offenen Umgebendehauses sowie viele Ortsfeste wären ohne das unermüdliche Privatengagement der Einheimischen nicht möglich.

### **Die bisherige Ausrichtung hat sich bewährt – wenn wir gut zusammenarbeiten**

Der Dreiklang aus Natur-, Kultur- und Familientourismus hat sich für die Region über viele Jahrzehnte bewährt. In allen drei Bereichen sind marktgängige Produkte etabliert und gute neue Ideen in Vorbereitung. Auch die Netzwerke haben sich gefunden.

Strukturwandel ist ein Marathon – er dauert häufig mehrere Generationen. Im Moment gibt die Nachwende-Generation den Staffelstab an die nächste weiter.

Ganz häufig hieß es bei der Erarbeitung dieses Master- und Mitmachplans: Lasst uns unseren Weg mutig weiter gehen. Wichtig ist dafür eine engere Zusammenarbeit. Mit mehr Achtung für die Zielstellungen anderer Beteiligter – egal ob aus sportlicher, touristischer, kommunaler oder ehrenamtlicher Sichtweise. Sie stärken alle die Wahrnehmung, ob nach innen in die eigene Einwohnerschaft oder nach außen für die Gäste der Region – gemeinsam wird das Bild rund.

Dabei wird künftig die grenzübergreifende Kooperation im Dreiländereck noch wichtiger – sowohl in den einzelnen Sektoren als auch allgemein für die touristische und Regionalentwicklung.

### **Die Gäste: Wer kommt künftig zu uns? Um wen werben wir?**

Eine gezielte und wirksame Marktbearbeitung sowie Produktentwicklung beruht auf einer klaren Ausrichtung. Die TGG Zittauer Gebirge/südliche Oberlausitz e. V. orientiert sich dafür an den übergeordneten Festlegungen der Marketing-Gesellschaft Oberlausitz-Niederschlesien mbH (MGO), die sich an die Ausrichtung des Landes Sachsen anlehnt.

Für den Freistaat wurden drei Milieus auf Basis der Lebenswelten-Segmentierung des SINUS-Instituts als Mittelpunkt der Tourismusarbeit festgelegt: „Liberal-intellektuell“ und „sozial-ökologisch“ geprägte Menschen bilden zusammen das „postmaterielle Milieu“. Es findet sich ebenso wie das „adaptiv-pragmatische Milieu“ in der Mitte der Gesellschaft. Zusammen bilden sie die Hauptzielgruppen für den Sachsen-Tourismus.

Auch die MGO konzentriert sich auf diese Zielgruppen, so dass dieser Fokus für das Zittauer Gebirge und die südliche Oberlausitz Sinn ergibt. Passfähige Angebote aus der Region schaffen es so im besten Fall ohne Mehraufwand in das Marketing auf Destinations-, Landes- und Bundesebene.

#### **Chancen:**

- Eine abgestimmte Zielgruppenansprache durch alle Beteiligte führt zu einem einheitlicheren Marktauftritt und mehr Überzeugungskraft beim Werben um Familien, Paare, Aktiv- und Kultur Gäste. Im Vergleich zu heute kann mit geringerem personellen und finanziellen Einsatz mehr Wirkung erreicht werden. Voraussetzung dafür ist ein gemeinsames Verständnis, wer die Wunsch Gäste sind.
- Aufbau neuer Stammgästegruppen: Die Region war in der Kundenbindung im Marktvergleich immer stark.

Die Zielgruppen, ihre Lebenswelten und Werte werden mit beispielhaften Charakteren im Tourismusnetzwerk Sachsen näher erläutert:  
[sachsen.tourismusnetzwerk.info](http://sachsen.tourismusnetzwerk.info)

## Vielversprechend: Wo (mehr) Einsatz lohnt.

*Das Potenzial für neue touristische Impulse ist in der Region noch lange nicht ausgeschöpft. Manche sagen: „Wir fangen gerade erst an!“*

Auch morgen und übermorgen gilt: Potenzielle Gäste suchen attraktive Angebote für einen Ausflug oder über Nacht. Für Betriebe und Unternehmer zählt, wie sie ihre Einrichtungen und Kapazitäten auslasten und weiterentwickeln.

Mehr Attraktivität, mehr Auslastung, mehr Wertschöpfung und eine höhere Wettbewerbsfähigkeit sind das Ergebnis unternehmerischen Handelns. Im Tourismus erfolgt dies fast immer im Netzwerk – Tourismus ist Teamarbeit!

### **Viele Karten werden neu gemischt.**

Nachdem die Destinationsentwicklung nach der Wende nun schon bald 35 Jahre läuft, steht ein Generationswechsel ins Haus. In vielen Geschäften ist er schon vollzogen, in anderen im vollen Gang.

Die Umbrüche bieten die Chance auf frischen Wind, manchmal führen sie zum Stocken oder Abbruch guter Entwicklungen. So wie sich die Kontakte und Netzwerke erneuern, zeigt sich auch die Notwendigkeit, Substanz wieder zu modernisieren und Angebote neu zu denken. Dazu soll dieses Dokument anregen.

### **Wie wollen wir hier gut leben?**

Auch wenn wir touristische Impulse setzen wollen: Zunächst geht es im Kern um „unser“ Zuhause, unsere Heimat. Wie können und wie wollen wir hier gut und gern leben? Wie wollen wir unsere Orte und die Region so aufstellen, dass die Jungen bleiben und Fortgegangene doch zurück kommen?

Zu diesen Fragen können die Tourismusakteure Antworten beitragen – aber sie sind allgemeiner und gehen (fast) alle Menschen hier an.

Wenn diese Gespräche und Verabredungen gelingen, wenn Wünsche und Ideen Schritt für Schritt umgesetzt werden, dann wird die Region automatisch auch für Gäste attraktiver.

Dafür braucht es regelmäßig Gelegenheit. Die Erarbeitung dieses Master- und Mitmachplans war ein Mosaikstück – notwendig sind viele, verlässlich, immer wieder.

Neben der Gelegenheit braucht es den Mut und Willen, sich einzubringen und mitzugestalten. So wichtig, wie der Tourismus für die Region ist, so sehr lebt er vom Engagement. Sicher, jemand muss einladen. Viele andere müssen sich einbringen, damit aus passivem Tourismusbewusstsein aktive Teilhabe wird – dafür gilt es, Formate zu finden und zu gestalten.

### **Wollen wir Geheimtipp bleiben?**

Die Region ist kompakt und bietet gleichzeitig das Flair dreier Länder. Wenige wissen es, aber die, die kommen, kommen gern und häufig wieder. Lohnt es sich nicht, den Geheimtipp-Status zu pflegen? Sollten wir das Renommee, nicht überlaufen zu sein, beste Outdoor-Bedingungen und hochwertige Kulturangebote zu bieten, nicht gezielt weiterentwickeln? Wer zu uns kommt, nimmt einen Weg auf sich. Er wird mit einer außergewöhnlichen Erlebnisregion belohnt.



### **Viele Gäste sind schon da.**

Neben den Stammkunden, ist eine wichtige Gästegruppe schon vor Ort, die Zweit- und Ferienwohnungsbesitzer beiderseits der Grenze. Sollten sie nicht mehr gepflegt, gefördert und in die Netzwerke (s. o.) integriert werden?

Sie haben sich nicht nur schon für die Region und ihre Vorzüge entschieden. Sie bringen neben frischen Ideen, zusätzlichem Kapital auch neuen Tatendrang hierher. Im besten Fall sind sie Botschafter für den Reiz des Zittauer Gebirges und der südlichen Oberlausitz und ziehen weitere Investoren an. Argumente dafür gibt es genug – nicht zuletzt, die Freiräume zur Gestaltung und zur Investition, die in dem Maß vielerorts nicht mehr existieren. Wissen das schon alle in Dresden, Prag, Berlin oder Leipzig?

Das Fichtelgebirge macht es mit seiner [„Freiraum für Macher“-Kampagne](#) vor – und die Touristiker sind seit Jahren voll dabei.

### **Integrierte Förderung in smarten Strukturen**

Die Strukturdaten und das Tourismusbewusstsein der Bevölkerung zeigen es: Die Region ist in hohem Maß vom Tourismus abhängig. Die geographische Lage erschwert die Ansiedlung von Unternehmen aus anderen Branchen, der demografische Wandel drückt die Verfügbarkeit von Arbeitskräften. Schnell kommt eine gefährliche Abwärtsspirale in Gang.

Umso wichtiger ist, Regional- und Tourismusentwicklung integriert zu denken und zu betreiben, Netzwerke zu stärken und Strukturen besser aufeinander abzustimmen.

Viele werden sagen, „das machen wir doch schon und so gut wir können.“ Trotzdem hilft es alles nichts: Es braucht eine auskömmliche Ausstattung mit Managern, Tourismus- und Standortentwicklern vor Ort, die mit Erfahrung und Pioniergeist „ihre“ Region voranbringen.

Es braucht eine fokussierte Rollen- und Aufgabenverteilung, so dass jede Organisation in ihrem Verantwortungsbereich Spitzenleistungen für die Entwicklung der Gesamtregion durch das – grenzübergreifende – Netzwerk leisten kann.

Nicht zuletzt fordern knappere öffentliche Haushalte den branchen- und ressortübergreifenden Einsatz von Fördermitteln. Aus einem regelmäßigen Austausch mit anderen (früher) grenznahen Regionen (z. B. Fichtelgebirge, Waldeck-Frankenberg, StädteRegion Aachen) kann viel Inspiration entstehen.

### **Welches Gesicht geben wir uns?**

Schon während der Analyse, in zahlreichen Gesprächen und in der Bürgerbefragung kam es auf: Die Region agiert mit sehr vielen Logos, Labels und Marken. Was für Einheimische aus Identitätsgründen wichtig ist, ist für Interessenten und Gäste verwirrend. Sie sehen eher den Großraum. Dies trifft umso mehr zu, wo namensähnliche Webseiten auf ähnliche Weise Tourismus bewerben, ohne sich klar abzugrenzen.

Eine Straffung ist angezeigt: Denn nur kraftvolle Botschaften haben in der digitalen Welt noch eine Chance auf Gehör. Dies betrifft auch die Aufgabenteilung: Klar verabredete Verantwortlichkeiten (z. B. nach Segment, Phase in der Customer Journey oder Zielmarkt) ermöglichen es, Kräfte zu bündeln und wirksamer zu werben.

### **Was bedeutet „Ganzjahrestourismus“ für uns?**

Die Bedeutung saisonverlängernder Angebote ist für Mittelgebirgslagen bei zunehmendem Ausbleiben des Schnees sehr hoch. Deshalb spielen sie auch im Masterplan Tourismus des Freistaates Sachsen eine wichtige Rolle.

Schon heute hat der Wintertourismus im Zittauer Gebirge eher eine untergeordnete Bedeutung. Die Anreisen konzentrieren sich auf die warme Jahreszeit. In der Nebensaison ist die Nachfrage gering. Sie gilt es zu stärken: Z. B. durch Allwetter-Angebote oder durch den Ausbau des Geschäftstourismus für Kleintagungen, Fortbildungen, Incentives und Teambuildings. Eine bessere Auslastung der Betriebe, eine Reduktion von Saisonarbeitsplätzen zugunsten ganzjähriger Beschäftigung und die Belebung der Region wären positive Folgen.







## Neu: Wir gehen weiter.

Von Beginn war dieser Masterplan auf das Mitmachen angelegt. Wäre es nach den Initiatoren gegangen, so hätten die Erarbeitung und Mitarbeit schon viel früher begonnen. Corona hat hier einen Strich durch die Rechnung gemacht.

Zentral war von Beginn die Arbeit an konkreten Projekten, die das Angebot ergänzen oder neue Reiseanlässe schaffen können. Schon bei den beiden Auftaktveranstaltungen im Dezember 2022 und Januar 2023 stand diese Motivation im Mittelpunkt. Es folgten eine Strategiewerkstatt im Frühjahr 2023, die Bürgerbefragung, ein weiterer Workshop im Sommer und schließlich die Hackathons.

### Befragung der Bürger und Bürgerinnen

Im April und Mai 2023 wurde eine Befragung zum Tourismus in der Region Zittauer Gebirge / südliche Oberlausitz durchgeführt. Zentrale Themen waren die Tourismusakzeptanz, das Tourismusbewusstsein, die Rolle der Grenzlage sowie Anregungen für die (touristische) Entwicklung der Region. Die rege Teilnahme und ausführlichen Antworten deuten auf ein hohes Engagement und Interesse seitens der Einheimischen zur Zukunft ihrer Heimat hin.

### Projektwerkstatt in Form eines „Hackathon“

Um intensiv an der Gestaltung zukunftssträchtiger Projekte zu arbeiten, wurden zwei Hackathons – eine Art intensive Projektwerkstatt – durchgeführt.

In diesem verdichteten Veranstaltungsformat können unterschiedlich besetzte Teams in kurzer Zeit Ideen für Projekte in kreativer Umgebung (weiter-)entwickeln und die Umsetzung vorbereiten.

### Was?

Im Mittelpunkt standen sechs Projektideen, die künftig das Angebot der Region ergänzen bzw. neue Reiseanlässe schaffen sollen. Hierfür wurden unter Berücksichtigung der Bedarfe und Potenziale der Region bereits im Vorfeld Ansätze formuliert, die im Hackathon verdichtet wurden. Konkret ging es um folgende Fragen:

- Für wen konzipieren wir das Angebot?
- Wie sieht es konkret aus?
- Wie ergänzt es die anderen Themen der Region?
- Welche Schritte braucht es für die Umsetzung?
- Wer gehört künftig mit an den Tisch?
- Wie viel kostet das Ganze schätzungsweise?
- Welche Effekte bringt das Projekt für die (touristische) Entwicklung?

### Wann?

Zur Ausarbeitung der Projekte fand eine zweitägige Projektwerkstatt vom 17. und 18.11.2023 in Seiffhennersdorf statt. Ein zweiter Hackathon fand nach einer digitalen Vorbereitungsveranstaltung ergänzend am 23.4.2024 statt.

### Wer?

Teilgenommen haben mutige Köpfe, Gestalter, Netzwerkpartner und Interessengruppen – aus der öffentlichen Hand, der Zivilgesellschaft und der Privatwirtschaft.

### Wie?

Neben der Liebe zur Region wurden viele kreative Gedanken und frische Ideen geteilt. In den Arbeits-Sessions wurden die Projektskizzen verfeinert, hinterfragt und vorangetrieben. Das Ergebnis? Spannende Projektskizzen, die den Weg in die Umsetzung ebnen.

### Mutige Ziele für die Projekte im Master- und Mitmachplan

→ neue Reiseanlässe oder eine wegweisende Ergänzung des bestehenden Aktiv-, Kultur- und Familienangebots

→ modern, erlebnisreich, bewegend und erinnerungswürdig: von diesen Angeboten erzählt man zuhause

→ von engagierten Köpfen getragen und von einem starken öffentlichen und privaten Netzwerk unterstützt

→ auf messbaren Erfolg und Zusammenarbeit mit anderen Angeboten und Highlights angelegt – als Teil neuer oder existierender Reiseketten



### Die aktuellen Projekte und ihre Aufgabe im Schnelldurchlauf

- „Oberlausitzer Umgebndeland – Baukunst geborgen“ schafft ein Mini-Dorf aus zehn umgesetzten Umgebndehäusern. Hier wohnt man nicht nur im Umgebnde, hier werden Gäste auch zu Hütern und Botschaftern dieser einzigartigen Bauform (S. 22).
- „Freda im Gepäck“ verknüpft die Familienangebote der Region durch fantasievolles Storytelling. Schon vor der Anreise führen Freda und ihre Freunde durch das Zittauer Gebirge und die südliche Oberlausitz, begleiten die Gäste hier vor Ort und gehen mit ihnen nach Hause (S. 24).
- „Fredas Wunderwelt“ ist Fredas Zuhause hier im Zittauer Gebirge und wertet die Eishalle Jonsdorf zu einem multioptionalen Aktiv- und Erlebniszentrum auf (S. 26).
- Der Trail Head des „Trail-Erlebnispark im Zittauer Gebirge“ bietet Outdoor-Enthusiasten – egal ob mit dem Rad, MTB, wandernd, nordic walkend oder trail runnend unterwegs – einen neuen Treffpunkt (S. 28).
- Die „Kosmopolitische Lausitz“ inszeniert Musikveranstaltungen an architektonisch besonderen Orten der Region. Hochwertig verfilmt und weltweit beworben, machen sie Musik- und Architekturkenner auf das außergewöhnliche Erbe und die hochrangigen Veranstaltungen der Region aufmerksam (S. 30).

*\*Die ausführlichen Projektexposés können bei der Touristischen Gebietsgemeinschaft Naturpark Zittauer Gebirge/ Oberlausitz e. V. angefragt werden.*



## Projekt 1: Umgebindehäuser – Baukunst geborgen

Das Projekt „Umgebindehäuser – Baukunst geborgen“ ist eine Initiative zur touristischen Herausstellung der traditionellen Baukunst im Dreiländereck. Beginnend mit einer fokussierten Marketing- und Angebotskampagne der bestehenden Häuser, ist langfristig die Rettung und Neubelebung von zehn historischen Häusern, die vom Verfall gezeichnet sind, geplant.

Ihr Ziel ist es, diese Gebäude zu translozieren und zu einem einzigartigen Übernachtungsort zu verwandeln, in dem die Gäste zu den „Hütern des Umgebindehauses“ werden. Als einheitliches Dorfkonzept fügt sich das Projekt harmonisch in die bestehende touristische Infrastruktur ein und erfüllt die hohe Nachfrage nach Unterkünften in charakteristischer Architektur. Die Unterkunft richtet sich besonders an Familien, Kulturinteressierte und Gruppen für Veranstaltungen wie Teamevents, Hochzeiten und Seminare.

Es soll eine Symbiose aus traditioneller Architektur und modernem Komfort geschaffen werden, die für einen qualitativen Aufenthalt sorgt. Der Außenbereich lädt im Garten, mit Grill- und Feuerstelle sowie Kinderspielfeld zum Entspannen ein. Zusätzlich wird ein Eventraum mit modernster technischer Ausstattung für verschiedene Veranstaltungen zur Verfügung stehen.

Das Umgebindeland soll nicht nur ein Ort zum Übernachten sein, sondern auch eine Plattform für Veranstaltungen, Seminare und Gruppenaktivitäten. Durch die Einbindung verschiedener Stakeholder und einer klaren Organisationsstruktur kann das Projekt erfolgreich umgesetzt werden.

### Was und wen wir brauchen

- Geeignetes Flurstück bzw. Standort
- 10 translozierbare Häuser
- Projektentwickler mit vergleichbarer Projekterfahrung
- Wissensträger inkl. Netzwerk im Bereich Bauingenieurwesen, Umgebindebauweise
- Förderung für Tourismusentwicklung
- Gremien der Gemeinden als Befürworter
- Landesamt für Denkmalpflege
- Investoren

### Was wir berücksichtigen

- Fortgeschriebene Marketingstrategie der Touristischen Gebietsgemeinschaft (Leitthema: Kultur; Umgebindehäuser)
- Nachfrage von Unterkunftsmöglichkeiten in charakteristischer Bausubstanz
- Kleingruppen bestehend aus befreundeten Familien

### Federführung

- Stadt Zittau

### Ausführliches Projektexposé

Zusätzlich zum nebenstehenden Projektsteckbrief liegt der TGG und den Projektinitiatoren ein ausführliches Projektexposé mit Beschreibung der Rahmenbedingungen, des Angebots, der Zielgruppen, von Umsetzungsschritten und wirtschaftlichen Eckdaten vor.



# Umgebinderhäuser

*Baukunst geboren*

**mögliche Standorte:** Jonsdorf, Olbersdorfer See, Zittau

**grenzübergreifende Wirkung:** DE  CZ  PL

Das kulturelle Erbe der traditionellen Bauart wird durch das Translozieren und Restaurieren von Umgebinderhäusern Besucher anziehen und unvergleichliche Übernachtungs- und Aufenthaltserlebnisse in einzigartiger Kulisse schaffen.

## 1. ÜBERSICHT

### Projekttyp

Art	EVENT	FREIZEITANGEBOT	<b>BETRIEB</b>	VERMARKTUNG
Infrastruktur	AUSBAU	<b>UMNUTZUNG</b>	NEUAUSWEISUNG	NEUBAU
Umgebung	NATURNAHES ANGEBOT	<b>TOURISTISCHE ANLAGE</b>	UNABHÄNGIG	

### Vorbilder

- **national:** Freilichtmuseum Hessenpark
- **international:** rent a Village (AUT/CH), Stiftung Ferien im Baudenkmal (CH)

## 2. UMSETZUNGSVARIANTEN

### Erste Umsetzungsschritte

Das Umgebinderland wird zunächst als Themenwelt aufgebaut und durch existierende Kontaktpunkte vor Ort erlebbar gemacht. So kann diese von Gästen bereits konsumiert werden, während weiter an der Umsetzung des Feriendorfes und der Translozierung gearbeitet wird.

**Kostenschätzung:** 35.000–125.000 Euro

#### Zeitl. Perspektive



### Mittelfristige Zielsetzung

Durch das Translozieren eines ersten Hauses wird das Projekt für Gäste und Verantwortliche greifbar. Dies wird zur Vermarktung und Organisation genutzt, um Investoren zu finden und die nachhaltige Funktion für das Netzwerk und den Denkpflege herauszustellen.

**Kostenschätzung:** 900.000–1.450.000 Euro

#### Zeitl. Perspektive



### Vision

Relevante Häuser werden erkannt und umgesetzt, wodurch das Feriendorf wachsen kann. Es entsteht dabei ein echtes Highlight, das ein einmaliges Aufenthaltserlebnis für Familien, Seminargruppen und Paare darstellt.

**Kostenschätzung:** 8.750.000–10.500.000 Euro

#### Zeitl. Perspektive



## 3. PROJEKTPLAN

### Touristische Einordnung



- Schaffung Übernachtungskapazitäten
- denkmalschutzgerechte Wiederbelebung der Häuser
- Traditionswahrung

### Zielgruppen



### Netzwerk



**Weitere:** Bürger, weitere Leistungsträger als Berater, Partner für Eventbetrieb, Gemeinden und Gremien

## Projekt 2: Freda im Gepäck – Storytelling vor, während und nach der Reise

Ein fantasievolles Storytelling rund um die bestehende Figur Freda soll familienfreundliche Angebote hervorheben und miteinander verknüpfen. Der „Steinzoo“ im Gebirge macht es vor: Kinder kann man mit einer Geschichte, erzählt von Lapius und Freda, begeistern.

Dieses Storytelling soll weiterentwickelt werden, um Familien entlang der gesamten Customer Journey zu begleiten – von Anfang bis Ende mit „Freda im Gepäck“. Durch die Vernetzung, Zusammenarbeit und Koordination von Anbietern etabliert sich Freda als eine zentrale Inspirationsquelle für familienfreundliche Aktivitäten.

Fredas Welt ist eine faszinierende Mischung aus Wäldern, Felsen und geheimnisvollen Höhlen, die von einer zauberhaften Atmosphäre durchdrungen ist. Gemeinsam mit ihrem Freund Brocki, einem magischen Findlingsstein, erkundet sie das Zittauer Gebirge, hört sich Geschichten von ihrem Großvater Lapius an und besucht ihre Freunde.

Es sollen Hörabenteuer, Malbücher, Tagebücher, Freundschaftsbücher, Lesebücher und weitere Produkte rund um Freda entwickelt werden. So findet Freda unabhängig von einem Besuch Einzug in die Kinderzimmer in der Republik und weckt die Lust auf künftige Urlaube im Zittauer Gebirge. Übernachtungen in Fredas Höhle oder Stein-Workshops bieten einzigartige Erlebnisse. Ein Sammelheft und eine interaktive Karte zeigen alle Aktivitäten und Möglichkeiten auf, die man erleben kann.

Freda ist ein naturnahes Angebot, welches an allen wichtigen Punkten der Destination zu finden ist und ein Qualitätsmerkmal für Familienfreundlichkeit darstellt. Als Regionsbotschafterin vertritt sie nicht nur die Vielfalt der Natur

und Kultur des Zittauer Gebirges, sondern stiftet auch Identifikation. Sie vermittelt die Besonderheiten der Region auf spielerische und interaktive Weise und ermöglicht es Kindern, komplexe Naturphänomene und kulturelle Eigenheiten besser zu verstehen.

Die Geschichten und Graphiken sollen von Künstlern und Autoren aus der Region konzipiert und langfristig betreut werden.

### Was und wen wir brauchen

- Kommunikations- und Vertriebskanäle für Freda-Produkte
- Langfristig gebundene Autorinnen und Autoren
- Akzeptanz von Freda als Regionsbotschafterin
- Einbezug von Freda in lokale Unternehmen und touristische Leistungsträger sowie Vermarktungskanäle der MGO/TMGS

### Was wir berücksichtigen

- Fortgeschriebene Marketingstrategie der TGG (Leitthema: Familie; Ganzjahresurlaub; Dreiländerregion; Zertifizierungen und Qualitätsmarken)
- Laufende Integration und Implementierung von familienfreundlichen Betrieben

### Federführung

- TGG als Projektleitung

### Ausführliches Projektexposé

Zusätzlich zum nebenstehenden Projektsteckbrief liegt der TGG und den Projektinitiatoren ein ausführliches Projektexposé mit Beschreibung der Rahmenbedingungen, des Angebots, der Zielgruppen, von Umsetzungsschritten und wirtschaftlichen Eckdaten vor.



# Freda im Gepäck

Storytelling vor, während und nach der Reise

**mögliche Standorte:**  
überall in der Gebietskulisse

**grenzübergreifende Wirkung:**  
DE    CZ    PL   

Entwicklung eines wirksamen Kooperationsansatzes und Verbreitung durch einen fantasievollen Storytelling-Ansatz für Familien. Freda soll außerhalb der Region – „in den Kinderzimmern ganz Deutschlands“ – sichtbar sein und Familien bei ihrem Besuch im Dreiländereck begleiten.

## 1. ÜBERSICHT

### Projekttyp

Art	EVENT	FREIZEITANGEBOT	BETRIEB	<b>VERMARKTUNG</b>
Infrastruktur	<b>AUSBAU</b>	UMNUTZUNG	NEUAUSWEISUNG	NEUBAU
Umgebung	NATURNAHES ANGEBOT	TOURISTISCHE ANLAGE	<b>UNABHÄNGIG</b>	

### Vorbilder

→ **national:**  
Harzer Brockenbande & interaktive Einbindung der „Schule der magischen Tiere“, Schwarzwald-Anni, Tatock (Erzgebirge)

## 2. UMSETZUNGSVARIANTEN

### Erste Umsetzungsschritte

Freda ist als Marke intern und extern gefestigt und kann dadurch bereits als wichtiges Kommunikationsmittel für Familien und Kinder genutzt werden. Erste Werbemittel sind produziert und in der Region zu entdecken.

**Kostenschätzung:** 35.000–60.000 Euro

Zeitl. Perspektive



### Mittelfristige Zielsetzung

Freda wird durch zahlreiche physische und digitale Kommunikationsmittel zum Qualitätskriterium für Familien und Kinder. Durch den detailverliebten Storytelling-Ansatz entscheiden sich Gäste für einen Urlaub in der Region und kommen gern wieder.

**Kostenschätzung:** 360.000–960.000 Euro

Zeitl. Perspektive



### Vision

Freda ist deutschlandweit bekannt und wirbt durch Bücher, Comics, Spiele u. ä. für den Besuch der Region. Ihr Zuhause will man entdecken und erleben.

**Kostenschätzung:** 750.000–2.000.000 Euro

Zeitl. Perspektive



## 3. PROJEKTPLAN

### Touristische Einordnung



- Vermarktung von Familienangeboten
- identitätsstiftend & verbindend
- überregionale Bekanntheitssteigerung

### Zielgruppen



### Netzwerk



**Weitere:**  
TMGS, Tourist-Informationen, Gemeinden



## Projekt 3: Fredas Wunderwelt – Das immersive Erlebniszentrum im Herzen des Zittauer Gebirges

Lange erfüllte die Eishalle in Jonsdorf auch außerhalb der Wintermonate eine wichtige Rolle als Schlechtwetteralternative für Familien mit Kindern im Zittauer Gebirge.

Der Betrieb war aufgrund baulicher Defizite und wirtschaftlicher Herausforderungen bereits lange gefährdet. Die Aufenthaltsqualität blieb hinter den Möglichkeiten zurück. Seit Juli 2024 ist der Betrieb eingestellt. Eine Wiederaufnahme ist gewünscht. Das Projektexposé „Fredas Wunderwelt“ wurde ab Sommer 2023 erarbeitet und bietet dafür Impulse.

Fredas Wunderwelt hat sich zum Ziel gesetzt, die langfristige Sicherung der Eishalle zu gewährleisten, indem sie sich in ein immersives Erlebniszentrum im Herzen des Zittauer Gebirges wandelt. Hier soll auf kleinem Raum das vielfältige Angebot des Gebirges in seiner ganzen Pracht erlebbar werden, inspiriert von Fredas aufregenden Abenteuern. Multisportiv soll im Kleinen nacherlebt werden, was es im Großen im Zittauer Gebirge zu entdecken gibt. Die neugestaltete Einrichtung wird eine Mischung aus sportlichen, kulturellen und interaktiven Aktivitäten, bereichert von Fredas Abenteuern.

Neben der transformierbaren Eisfläche, die im Sommer für andere Aktivitäten genutzt werden soll, können die Besucher die faszinierende Natur des Gebirges hautnah erleben.

An originalgetreuen Felsformationen sollen Besucher in das Riss- und Reibungsklettern hineinschnuppern können, entlang des Abenteuerpfads durch bizarre Felslandschaften wandern oder auf dem Pumptrack ihre Fahrkompetenz verbessern. In traditionellen Miniatur-Umgebendehäusern können regionale Besonderheiten in interaktiven Ausstellungen entdeckt

werden oder kann einfach nur eine entspannte Mittagspause eingelegt werden. Die Gastronomie wird regionale und saisonale Produkte anbieten, die auf die Besucher von Fredas Wunderwelt zugeschnitten sind.

Der Umbau soll in zwei Phasen erfolgen, wobei Entwicklungen aus der ersten Phase in der zweiten Phase weitergenutzt werden. Durch die Steigerung der Attraktivität wird angestrebt, die Finanzierungslücke für die zweite Ausbauphase zu verringern und durch Ausbauphase II die Zukunft des Erlebniszentrums nachhaltig zu sichern. Dabei ist aus betriebswirtschaftlicher Perspektive auch eine engere Zusammenarbeit mit dem Schmetterlingshaus anzustreben.

### Was und wen wir brauchen

- Finanzierung
- Investoren
- Förderung für Tourismusentwicklung

### Was wir berücksichtigen

- Fortgeschriebene Marketingstrategie der Touristischen Gebietsgemeinschaft (Leitthema: Familie, Kultur; Ganzjahresurlaub)

### Federführung

- offen

### Ausführliches Projektexposé

Zusätzlich zum nebenstehenden Projektsteckbrief liegt der TGG und den Projektinitiatoren ein ausführliches Projektexposé mit Beschreibung der Rahmenbedingungen, des Angebots, der Zielgruppen, von Umsetzungsschritten und wirtschaftlichen Eckdaten vor.



# Fredas Wunderwelt

Das immersive Erlebniszentrum im Herzen des Zittauer Gebirges

**mögliche Standorte:**  
Eishalle Jonsdorf

**grenzübergreifende Wirkung:**  
DE  CZ  PL

Auf dem Gelände der Eishalle Jonsdorf entsteht ein multioptionales Zentrum für alle, die sich in und mit der Oberlausitz beschäftigen wollen. Hier kann man neben Eissport auch alles im Kleinen erleben, was es im Großen in der Region gibt.

## 1. ÜBERSICHT

### Projekttyp

Art	EVENT	FREIZEITANGEBOT	BETRIEB	VERMARKTUNG
Infrastruktur	AUSBAU	UMNUTZUNG	NEUAUSWEISUNG	NEUBAU
Umgebung	NATURNAHES ANGEBOT	TOURISTISCHE ANLAGE	UNABHÄNGIG	

### Vorbilder

→ **national:**  
Schierker Feuersteinarena,  
Karls Erdbeerhof

## 2. UMSETZUNGSVARIANTEN

### Erste Umsetzungsschritte

Durch die kreative Umgestaltung des Innenbereiches kann im Sommer eine wertvolle Schlechtwetteralternative gestaltet werden. Durch die thematische Vernetzung mit Freda und anderen Projektskizzen ergibt sich ein roter Faden, der alle Kinder und Familien einschließt.

**Kostenschätzung:** 45.000–60.000 Euro

#### Zeitl. Perspektive



### Mittelfristige Zielsetzung

Mit der energetischen Sanierung der Eishalle kann der Erhalt des Gebäudes gesichert werden. Um die multifunktionale Nutzbarkeit des Geländes zu stärken, wird ein Anbau gestaltet, der u. a. eine Indoor-Mountainbikeanlage und weitere interaktive Elemente beinhaltet.

**Kostenschätzung:** offen

#### Zeitl. Perspektive



### Vision

Auf dem Gelände der ehemaligen Eishalle in Jonsdorf entsteht eine große interaktive Themenwelt für die Oberlausitz, das Zittauer Gebirge und Fredas Heimat. Durch die familien- und kinderfreundliche Ausrichtung zieht das Projekt zahlreiche Gäste und Einheimische an.

**Kostenschätzung:** offen

#### Zeitl. Perspektive



## 3. PROJEKTPLAN

### Touristische Einordnung



- Potenzial Leuchtturm Projekt mit überregionaler Wirkung zu sein
- ganzjährige Aktiv-Indoor-Attraktion

### Zielgruppen



### Netzwerk



**Weitere:**  
Jonsdorfer Schmetterlingshaus, Bürger

## Projekt 4: Ein Park, drei Länder – Der Trail-Erlebnispark im Zittauer Gebirge

Das Zittauer Gebirge ist ein wahres Paradies für Outdoor-Enthusiasten mit vielfältigen Möglichkeiten für verschiedene Outdoor-Sportarten. Zwischen bizarren Felsen, verborgenen Pfaden und steilen Hängen finden sich ideale Bedingungen für Radfahren, Mountainbiken, Graveln, Wandern, Trailrunning und Klettern. Das Multi-Trailcenter, bestehend aus einem umfangreichen Wegenetz, soll all diese Aktivitäten grenzüberschreitend vereinen – in einem Park und drei Ländern.

Im Kern des Angebots steht die Entwicklung neuer Mountainbike-Strecken, welche für verschiedene Segmente ausgebaut und auf neue Zielgruppen ausgerichtet werden sollen. Das Trailcenter soll Mountainbikende unterschiedlicher Fahrkompetenzen anlocken und verschiedene Schwierigkeitsgrade beinhalten. Das bestehende „tourenlastige“ Routennetz soll neben spannenden Einsteigerwegen und Uphill-Trails auch technisch anspruchsvolle Downhill-Trails beinhalten. Zudem sollen die „Weltmeisterschaftsstrecken“ ausgewiesen werden, um auf den Spuren bekannter MTB-Stars unterwegs zu sein. Das gesamte Routennetz ermöglicht ein nahtloses Erkunden der gesamten Gebietskulisse und versetzt die Besucher in einen Flow-Zustand.

Der Trailhead wird zum zentralen Ausgangspunkt für alle Outdoor-Sportarten. Hier sind die verschiedenen Wegenetze und Kletterrouten leicht zugänglich, in der Skills Area kann man seine Fahrkompetenz testen und verbessern. Neben spezifischen Services für Bikende bietet der Trailhead auch Gastronomie, Unterkünfte sowie Vernetzungs- und Rastmöglichkeiten. Es wird ein Umfeld geschaffen, in dem sich

Sportler unabhängig von ihrer Sportart und Herkunft gegenseitig motivieren und wohl fühlen.

### Was und wen wir dazu brauchen

- Kommunen mit Belegenheit innerhalb des Streckennetzes
- Fachressorts Landkreis Görlitz
- Locals mit entsprechenden Detailkenntnissen der Trassen und technischen Herausforderungen
- Konzeption des Wegenetzes
- Betreibermodell

### Was wir berücksichtigen

- fortgeschriebene Marketingstrategie der TGG Gebietsgemeinschaft (Leitthema: Aktiv/Natur – Outdoor-Sport MTB; grenzüberschreitende Erlebnisse)
- Fachplanung MTB Sachsen
- forst- und naturschutzrechtliche Vorgaben
- Wirtschaftlichkeit des Trailheads sicherstellen

### Federführung

- Kooperationsnetzwerk Naturpark Zittauer Gebirge – Das Outdoorland

### Ausführliches Projektexposé

Zusätzlich zum nebenstehenden Projektsteckbrief liegt der TGG und den Projektinitiatoren ein ausführliches Projektexposé mit Beschreibung der Rahmenbedingungen, des Angebots, der Zielgruppen, von Umsetzungsschritten und wirtschaftlichen Eckdaten vor.



# Ein Park, Drei Länder

## Der Trail-Erlebnispark im Zittauer Gebirge

mögliche Standorte: Jonsdorf, Dreiländereck, Olbersdorfer See

grenzübergreifende Wirkung: DE CZ PL

Drei Länder, ein Gebirge – mit bizarren Felsen, geheimen Pfaden und steilen Hängen. Das Wegenetz des Zittauer Gebirges wird spannende MTB-Strecken und Wegenetze für Trailrunning, Wandern, Radfahren und Klettersteige miteinander verbinden. Ein echtes Natursportzentrum für jedermann!

## 1. ÜBERSICHT

### Projekttyp

Art	EVENT	FREIZEITANGEBOT	BETRIEB	VERMARKTUNG
Infrastruktur	AUSBAU	UMNUTZUNG	NEUAUSWEISUNG	NEUBAU
Umgebung	NATURNAHES ANGEBOT	TOURISTISCHE ANLAGE	UNABHÄNGIG	

### Vorbilder

→ **national:**  
Bike: TrailCenter® Rabenberg,  
Klettern & Hike: Sächsische Schweiz

→ **international:**  
Glentress (UK), Nové Město (CZ)

## 2. UMSETZUNGSVARIANTEN

### Erste Umsetzungsschritte

Durch Beschilderung und Aufbereitung bestehender Wege wird die Region auf dem Mountainbike touristisch erschließbar. Gleichzeitig werden Rollen und Aufgaben definiert, die den Grundstein einer nachhaltigen Entwicklung legen. Besucherlenkung wird grundlegend ermöglicht.

**Kostenschätzung:** 55.000–85.000 Euro

#### Zeitl. Perspektive

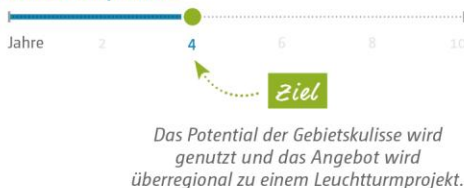


### Mittelfristige Zielsetzung

Das Angebot wird durch den Anschluss neuer Areale und der Widmung weiterer Wege zu einem Reisegrund für eine große aktivtouristische Zielgruppe. Auch weitere Natursportarten werden sichtbar gemacht. Markenkern, Erhalt, Betrieb und Finanzierung werden geklärt.

**Kostenschätzung:** 350.000–700.000 Euro

#### Zeitl. Perspektive



### Vision

Durch strategische Aufforstung werden erlebnisorientierte Trails geschaffen. Zentrum des Projektes wird ein Trailhead, der Ausgangspunkt für alle Natursportler wird. Durch Kooperationen mit der internationalen Szene wird das Angebot über die Grenzen hinweg bekannt.

**Kostenschätzung:** 2.900.000–6.500.000 Euro

#### Zeitl. Perspektive



## 3. PROJEKTPLAN

### Touristische Einordnung



- Besucherlenkung & -management
- europaweit einmaliges Konzept
- Erhöhung Aufenthaltsdauer

### Zielgruppen



### Netzwerk



**Weitere:**  
Verkehrsbetriebe und Bauhof, Fahrradhandel und -verleih, Vereine



## Projekt 5: Die kosmopolitische Lausitz – Spitzenkultur im wahren Leben

Das Projekt TOPOMOMO hat es gezeigt: In der Region zwischen Bautzen, Weißwasser und Liberec, aber auch direkt im Kern des Projektgebiets finden sich herausragende Beispiele der architektonischen Moderne. Sind sie in ihrem Potenzial schon ein internationaler Reiseanlass? Leider nein.

Dabei sind mögliche Interessenten aus dem internationalen Spitzenkulturpublikum regelmäßig in Größenordnungen in der Nähe: Allein das Bachfestival in Leipzig zählt 70.000, die Dresdner Musikfestspiele begrüßen jährlich 60.000 Besucher. Im Umkreis von 3 Stunden Fahrt (und welche Entfernung ist das, wenn ein Gast aus Frankreich, Japan oder der USA anreist?) sind die Wunschgäste der Region schon unterwegs. Wie entdecken und finde Sie den Weg ins Zittauer Gebirge?

Mit Lípa Musica und dem Mandau Jazz, dem Lausitz Festival, Oberlausitzer Kammermusikfest und „Kommen und Gehen“ gibt es schon feste Veranstaltungen mit sehr gutem Ruf. Mit Hilfe dieser und anderer Player soll eine dauerhafte exklusive „Wohnzimmer“-Konzertreihe an Orten der Architekturgeschichte, die sonst nicht oder kaum zugänglich sind, inszeniert werden.

Das kann Haus Schminke sein oder auch die Klosterruine auf dem Oybin. Es musizieren aufstrebende Künstler oder Geheimtipps. Jedes einzelne Konzert wird hochwertig gefilmt, steht dauerhaft im Netz und wird im Rahmen des internationalen Tourismusmarketing des Freistaates beworben.

Zeitlich sollen die Aufführungen rund um die Termine der Festivals an anderen Orten stattfinden, denn dann sind die Künstler, die Presse, die Reiseveranstalter und die Gäste schon da.

Mithilfe des Internets und durch die Erlebnisse vor Ort wird nach und nach ein Ruf als progressiver Kulturstandort für ein Spezialsegment erarbeitet. Perspektivisch werden jährlich 5.000 bis 20.000 zahlungskräftige Gäste aus einer gänzlich neuen Zielgruppe begrüßt.

Wichtig: Fokus ist nicht die Teilnahme der Gäste an den Veranstaltungen, sondern der Besuch der Region aufgrund dieser Form der Vermarktung.

### Was und wen wir brauchen

- Netzwerk für Kreativbranche
- Einbindung in Mobilitätslösungen

### Was wir berücksichtigen

- Fortgeschriebene Marketingstrategie der Touristischen Gebietsgemeinschaft (Leitthema: Kultur)
- TOPOMOMO

### Federführung

- offen

### Ausführliches Projektexposé

Zusätzlich zum nebenstehenden Projektsteckbrief liegt der TGG und den Projektinitiatoren ein ausführliches Projektexposé mit Beschreibung der Rahmenbedingungen, des Angebots, der Zielgruppen, von Umsetzungsschritten und wirtschaftlichen Eckdaten vor.



# Die kosmopolitische Lausitz

Spitzenkultur im wahren Leben

**mögliche Standorte:**  
überall in der Gebietskulisse

**grenzübergreifende Wirkung:**  
DE  CZ  PL

Das Projekt steht nicht nur für kulturell hochkarätige Veranstaltungen, sondern auch für einen besonderen Ansatz das bestehende Angebot der Region zu bündeln und an Gäste sowie Einheimische zu vermitteln. Highlight ist eine Reihe von Konzerten an bedeutenden Orten.

## 1. ÜBERSICHT

### Projekttyp

Art	EVENT	FREIZEITANGEBOT	BETRIEB	VERMARKTUNG
Infrastruktur	AUSBAU	UMNUTZUNG	NEUAUSWEISUNG	NEUBAU
Umgebung	NATURNAHES ANGEBOT	TOURISTISCHE ANLAGE	UNABHÄNGIG	

### Vorbilder

- **national:**  
Schleswig-Holstein Musik Festival, Dresdner Musikfestspiele
- **international:**  
TV Noir, Cercle Artistic Movement

## 2. UMSETZUNGSVARIANTEN

### Erste Umsetzungsschritte

Kulturinitiativen sind untereinander vernetzt und Kooperationsmöglichkeiten identifiziert. Kostengünstige Vermarktungsformen (digital und physisch) sind identifiziert und werden gemeinsam genutzt.

**Kostenschätzung:** 110.000–200.000 Euro

Zeitl. Perspektive



### Mittelfristige Zielsetzung

Name und Marke der Kampagne sind gefestigt sowie nach innen und außen vermarktet. Dadurch entsteht ein Reiseanlass für Gäste der Nachbarregionen und Verknüpfungspunkt zu den Einheimischen.

**Kostenschätzung:** 510.000–750.000 Euro

Zeitl. Perspektive



### Vision

Exklusive Wohnzimmerkonzerte in einzigartiger Kulisse stellen einen Reiseanlass für Kulturinteressierte dar. Neben den Events selbst werden auch hochwertige Bilder und Videos produziert: Aufnahmen, die um die Welt gehen können – immer mit der Region im Hintergrund.

**Kostenschätzung:** 3.700.000–5.400.000 Euro

Zeitl. Perspektive



## 3. PROJEKTPLAN

### Touristische Einordnung



- gebündelte Vermarktung des Angebots
- Ansprache abgreifbarer Zielgruppen
- Identifikation der Region

### Zielgruppen



### Netzwerk



- Weitere:**  
Hotellerie/Gastronomie, TGG, Partner-einrichtungen

## Aufbruch: Jetzt gemeinsam Zukunft gestalten.

*Ab jetzt bitte mitmachen! Gesucht: alle, denen das Zittauer Gebirge und die südliche Oberlausitz am Herzen liegen.*

Tourismus ist in großem Umfang das Ergebnis des Engagements der Einheimischen, jener Menschen, die die Einzigartigkeit ihrer Region am besten kennen und sich mit ihr zutiefst verbunden fühlen. Gemeinsam haben sie einen bedeutenden Einfluss auf die Destination.

Durch Ideen, Bürgerdialoge, Umfragen und Mitmachaktionen können sich alle beteiligen. Jeder konstruktive Beitrag, wie bescheiden er im Einzelnen auch sein mag, trägt zur weiteren

Entwicklung der Region und zur Umsetzung des Master- und Mitmachplans bei.

Die Impulse müssen sich bei Weitem nicht immer um ein komplett neues Projekt drehen. Gerade die Pflege und Erneuerung bestehender Strukturen ist essentiell.

Um den Weg von der Idee in die Umsetzung zu verhelfen, sind im Folgenden Anlaufstellen für Vorhaben verschiedenster Art gelistet.

### Netzwerke und Ansprechpartner

#### Ideen zum Leben erwecken

In Sachsen existieren diverse Förderprogramme für Projekte sowie Beratungsstellen, die Unterstützung bei der Umsetzung unterschiedlicher Vorhaben bieten. Lokale Aktionsgruppen bieten zudem die Möglichkeit, sich mit eigenen Ideen in die Entwicklung der Region einzubringen. Auch mithilfe regionaler Netzwerke können Synergien geschaffen und Projekte realisiert werden.

#### Kreative Lausitz

Die Kreative Lausitz fördert die Vernetzung und den Austausch von Kreativen, Künstlern und Machern in der Lausitz und repräsentiert die Interessen der Kreativwirtschaft. Sie ist außerdem mit Kreatives Sachsen vernetzt und unterstützt die Realisierung neuer Projekte. Regelmäßig finden Netzwerkevents der Kreativbranche im Rahmen von TAKATAK statt.

#### Tradition und Zukunft Zittau (TuZZ) e.V.

Mit seiner Gründung setzte sich der Verein TuZZ zu Beginn ausschließlich für die Erhaltung und Neubelebung denkmalgeschützter Gebäude in Zittau ein. Erweitert wurde diese Aufgabe durch die Förderung von Kunst und Kultur sowie bürgerlichen Engagements. Im Rahmen des Events „Ring on Feuer“ gibt es verschiedene Mitmachmöglichkeiten.

#### Kooperationsnetzwerk Naturpark Zittauer Gebirge – Das Outdoor Land

Bei dem „Das Outdoor Land“ handelt es sich um eine gemeinschaftliche Initiative der Städte und Gemeinden des Naturparks Zittauer Gebirge. Träger des Projektes ist die Gemeinde Olbersdorf. Mit der Entwicklung von Aktivsport- und Outdoorangeboten sowie der Unterstützung sportlicher Events sollen neue Zielgruppen für das Erholungsgebiet am Dreiländereck angesprochen und begeistert werden.



### **Kulturverein Ottokar e.V.**

Grenzüberschreitende Begegnungen und der Austausch mit anderen Kulturen im Kontext von Kunst, Kultur und kultureller Bildung wird durch den Kulturverein Ottokar e.V. gefördert, um verschiedene Veranstaltungen zu organisieren, die die kulturelle Identität, Heimatverbundenheit, das lokal- und kulturgeschichtliche Bewusstsein sowie das Zusammenleben der Generationen zu unterstützen.

### **Lausitz Kreativ**

Das Ziel der Lausitz Kreativ ist der Kultur eine starke Stimme im Prozess des Strukturwandels in der Lausitz zu geben. Unter dem Motto „Zusammenbringen, was zusammengehört“ bieten sie verschiedene Austausch-/Beratungsformate an – z. B. eine länderübergreifende Lausitz Konsultation zu den Fragen der kulturellen Zusammenarbeit sowie ein Beratungsangebot zur Entwicklung von länderübergreifenden und verknüpfenden LausitzKulturformaten und -projekten sowie deren Finanzierung.

### **Łużycyfilm – Sorbisch-Deutsches Filmnetzwerk**

Das Sorbisch-Deutsche Filmnetzwerk Łużycyfilm sorgt für die Vernetzung, Unterstützung und Förderung von Film- und Medienschaaffenden aus der Lausitz. Zwei jährliche Netzwerktreffen sowie Filmstammtische sollen eine direkte Vernetzung von professionell bis semi-professionell Tätigen schaffen und perspektiv auch Nachwuchskräfte anbinden.

### **Filmverband Sachsen e.V. – film.land.sachsen**

Film.land.sachsen stärkt die Filmkultur im ländlichen Raum durch Beratung, Filmprogramme, Weiterbildungen und Vernetzung, unterstützt vom Sächsischen Staatsministerium für Wissenschaft, Kultur und Tourismus und in Kooperation mit sächsischen Filmfestivals und -initiativen. Dreimal im Jahr werden in ihrem Magazin sämtliche Informationen über die sächsische Filmbranche, -festivals,

Netzwerkmöglichkeiten und Förderentscheidungen geteilt.

### **Touristische Gebietsgemeinschaft Zittauer Gebirge/südliche Oberlausitz**

Die Touristische Gebietsgemeinschaft (TGG) ist die lokale Tourismusorganisation. Sie setzt sich für einen Tourismus in der südlichen Oberlausitz ein, der wirtschaftlich, umweltverträglich und sozial verantwortlich ist und Wertschöpfung kreiert. Die TGG vernetzt beteiligte Akteure in der Tourismuswirtschaft und fungiert als Anlaufstelle bei neuen Ideen.

### **Marketing Gesellschaft Oberlausitz-Niederschlesien mbH**

Die Marketing-Gesellschaft Oberlausitz-Niederschlesien mbH (MGO) fungiert als touristische Dachorganisation der Oberlausitz. Ihr Fokus liegt dabei auf dem überregionalem Außenmarketing und der strategischen Weiterentwicklung des Tourismus in der Oberlausitz.

### **Entwicklungsgesellschaft Niederschlesisch Oberlausitz mbH (ENO mbH)**

Die ENO unterstützt Entwicklungsprozesse im Landkreis Görlitz. Sie ist zentraler Ansprechpartner für verschiedene Akteure aus der Region in den Bereichen Projektmanagement, Tourismus, Wirtschaftsförderung etc., und hilft bei der Weiterentwicklung regionaler Wertschöpfungsketten.

### **Zittauer Stadtentwicklungsgesellschaft**

Die Zittauer Stadtentwicklungsgesellschaft vereint die Bereiche Stadtentwicklung, Tourismus und Regionalentwicklung. Sie ist Partner und Kontaktpunkt für Initiatoren, Investoren und Maßnahmenträger, unabhängig davon, ob es sich um Privatpersonen, Unternehmen, öffentliche Institutionen, Vereine oder Verwaltungen handelt.

## Fördermittel

### LEADER Lokale Aktionsgruppen

LEADER ist ein Förderprogramm der Europäischen Union, das darauf abzielt, die wirtschaftliche Entwicklung ländlicher Regionen zu unterstützen. Lokale Aktionsgruppen (LAGs) spielen dabei eine entscheidende Rolle, indem sie Entwicklungsstrategien erarbeiten und eigenverantwortlich über die Verwendung der ihnen zugewiesenen Mittel entscheiden. Eine vollständige Liste der LEADER-Regionen, einschließlich solcher in Tschechien und Polen, finden Sie [hier](#).

### Interreg

Interreg, Teil der EU-Struktur und Investitionspolitik, auch bekannt als „Europäische Territoriale Zusammenarbeit“, fungiert als zentrales Instrument der EU zur Förderung der grenzüberschreitenden Zusammenarbeit in Europa. Das übergeordnete Ziel besteht darin, eine ausgewogene wirtschaftliche, soziale und territoriale Entwicklung voranzutreiben.

### Förderwegweiser des Kompetenzzentrums

#### Tourismus des Bundes

Der Förderwegweiser steht im Bereich Tourismus als zentraler Anlaufpunkt für touristische Unternehmen, Destinationen, Verbände sowie Start-ups und Existenzgründer zur Verfügung. In seiner umfangreichen Datenbank sind über 500 Fördermöglichkeiten verzeichnet, die detaillierte Informationen zu relevanten Förderangeboten je nach Antragsteller, Förderzweck und Bundesland bereitstellen.

### Sächsische Aufbaubank

Als zentrales Förderinstitut des Freistaates Sachsen stellt die Sächsische Aufbaubank (SAB) eine breite Palette an Förderprogrammen bereit. Diese richten sich an Privatpersonen, Kommunen, Verbände und weitere Zielgruppen und unterstützen Vorhaben in den Bereichen Wohnungsbau, Wirtschaft, kommunale Infrastruktur, Bildung und Soziales sowie Umwelt und Landwirtschaft.

### Vorlage Ideenskizze und Projektexposé

Für die Erarbeitung und Dokumentation von Projektideen steht eine Vorlage zur Verfügung. Sie kann in der Ideenfindung neuer Projekte und für ihre Schärfung genutzt werden. Wichtige Fragen in der Entwicklungsphase sind hier berücksichtigt.

Der Aufbau des Dokuments orientiert sich an verschiedenen Förderanträgen, sodass eine Übernahme in Anträge leicht möglich ist.



[www.zittauer-gebirge.team/mitmachplan](http://www.zittauer-gebirge.team/mitmachplan)

## Dank und Ausblick

**Vielen Dank an alle, die mit ihrer Zeit, ihrem Rat und tatkräftiger Unterstützung zu diesem Konzept beigetragen haben.**

Herzlichen Dank insbesondere an alle Teilnehmer und Teilnehmerinnen der Zukunftswerkstätten, Workshops und Hackathons. Ebenso an alle, die an der Bevölkerungsumfrage teilgenommen haben oder ihre Projektideen eingereicht haben.

### Kooperationspartner und -partnerinnen im Projekt

- Linda Pietschmann (TGG)
- Stephanie Rikl (Bürgermeisterin Ostritz)
- Willem Riecke (Bürgermeister Herrnhut)
- Susanne Mannschott (Zittauer Stadtentwicklung mbH)
- Thomas Zenker (Oberbürgermeister Zittau)
- Frank Peuker (Bürgermeister Großschönau)
- Karsten Hummel (Das Outdoor Land)
- Michael Schindler (Das Outdoor Land)
- Peter Pacht (Naturpark Zittauer Gebirge e. V.)

### So geht es weiter

Der Master- und Mitmach-Plan lebt von der Beteiligung und dem Engagement aller, die die Region aktiv gestalten möchten. Wir laden daher herzlich ein, auch zukünftig Ideen einzubringen und gemeinsam die vorgestellten Projekte voranzutreiben.

Die Hackathons haben gezeigt, welche Energie das gemeinsame Tüfteln an Projekten erzeugen kann. Genau diese Kraft wollen wir beibehalten und in weiteren Formaten in Zukunft nutzen, um den Plan umzusetzen.

- Wenn Sie sich in eines der fünf Projekte einbringen wollen oder selbst Projekte planen, wenden Sie sich bitte an die TGG Naturpark Zittauer Gebirge/Oberlausitz e. V. (Telefon: 03583 549940, E-Mail: [tgg@zittauer-gebirge.com](mailto:tgg@zittauer-gebirge.com)). Sie vermittelt den Kontakt zu den passenden Akteuren.
- Bitte hinterlegen Sie Ihre Kontaktdaten auch bei der TGG, wenn Sie in Zukunft an den Netzwerk-Veranstaltungen zur touristischen Entwicklung der Region teilnehmen wollen, z. B. auch am nächsten Treffen zu den Projektskizzen.
- Vielleicht kennen Sie Menschen, die unbedingt vom Master- und Mitmachplan und seinen Ideen erfahren sollten. Bitte geben Sie diesen Plan unbedingt an sie weiter. Jeder Beitrag zählt.



## Abkürzungen

INTERREG	Europäisches Programm für territoriale Zusammenarbeit – eine Gemeinschaftsinitiative des Europäischen Fonds für regionale Entwicklung (EFRE), die darauf abzielt, die Zusammenarbeit zwischen EU-Mitgliedstaaten und angrenzenden Nicht-EU-Ländern zu fördern
InvKG	Investitionsgesetz zu Kohleregionen (InvKG)
KMU	Kleine und mittlere Unternehmen
LAG	Lokale Aktionsgruppe
LEADER	Liaison Entre Actions de Développement de l'Économie Rurale – ein Maßnahmenprogramm der Europäischen Union, mit den innovativen Aktionen im ländlichen Raum gefördert werden
LK	Landkreis
MGO	Marketing-Gesellschaft Oberlausitz-Niederschlesien mbH
MTB	Mountainbike
TGG	Touristische Gebietsgemeinschaft Naturpark Zittauer Gebirge/Oberlausitz e. V.
TMGS	Tourismus Marketing Gesellschaft Sachsen
TOPOMOMO	Topography of the Modern Movement – grenzübergreifende Netzwerk zur Wahrung und Belebung des gemeinsamen architektonischen Erbes der Moderne

