

Geologische Schätze – ein Nischenthema?

Konzeptionelle Auseinandersetzung

Skarby geologiczne – temat niszowy?

Dyskusja koncepcyjna

oberlausitz.

INHALT TREŚĆ

Vorbemerkungen zum Konzept

Uwagi wstępne na temat koncepcji

1. BEGRIFFSDEFINITIONEN

UND -KLÄRUNGEN 3

DEFINICJE

I OBJAŚNIENIA POJĘĆ 3

2. GEOLOGIE IN DER

OBERLAUSITZ UND DEN

NACHBARREGIONEN 8

GEOLOGIA NA GÓRNYCH

ŁUŻYCYCH I W REGIONACH

SĄSIEDNICH 8

3. PROFILIERUNGS- UND

VERMARKTUNGSANSÄTZE

FÜR GEOLOGISCHE

BESONDERHEITEN 12

METODY PROFILOWANIA

I MARKETINGU OSOBLIWOŚCI

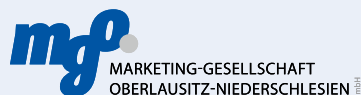
GEOLOGICZNYCH 12

4. EXKURS:

ZIELGRUPPEN NACH SINUS 22

EXSKURS: GRUPY DOCELOWE

WEDŁUG SINUS 22



Marketing-Gesellschaft
Oberlausitz-Niederschlesien mbH
Humboldtstraße 25 | 02625 Bautzen
Telefon +49 3591 4877-0
info@oberlausitz.com
www.oberlausitz.com

Bautzen, Stand vom 14.02.2021
Budżyszyn, stan na 14.02.2021 r.

Vorbemerkungen

Das Konzept ist im Rahmen des Projektes „Entdecke geologische Schätze der Oberlausitz und Niederschlesiens!“ entstanden. Ziel des Projektes ist, zwei geologische Besonderheiten in Deutschland und Polen, speziell in Oberlausitz und Niederschlesien, bekannter zu machen. Die Besonderheiten werden vertreten durch die Projektpartner.

Das Projekt wurde durch den Förderverein Lausitzer Findlingspark Nochten e. V. – späterer LEAD-Partner im Projekt – beantragt. Der LEAD-Partner führt in weiten Teilen das Projekt. Projektpartner sind des Weiteren Gmina i Miasto Lwówek Śląski (Löwenberg in Schlesien) sowie die Marketing-Gesellschaft Oberlausitz-Niederschlesien mbH (MGO). Es handelt sich um ein Projekt im Kooperationsprogramm INTERREG Polen – Sachsen 2014–2020. Das Projekt hat einen Gesamtwert von 484.536,35 EUR. Die Förderung durch die Europäische Union beträgt 85 %.

Die MGO wurde bei Projektinitiierung durch den späteren LEAD-Partner bzgl. einer Projektpartnerschaft angefragt. Ansatz für eine Projektpartnerschaft war, eine regionale Perspektive in das Projekt einzubringen – d. h. geologische Besonderheiten im Kontext mit der Regionalentwicklung und -vermarktung der Oberlausitz zu betrachten.

Das Konzept richtet sich vorrangig an die Projektpartner sowie interessierte Stakeholder am (Geo-)Tourismus. Das Konzept beschreibt Ansätze – am Beispiel der Projektpartner – zur Vernetzung geologischer Besonderheiten mit touristischen (Leit-)Themen und -produkten.

Das Konzept hat weder einen wissenschaftlichen Anspruch, noch einen Anspruch auf Vollständigkeit. Es wurde verfasst, um Geologie und Tourismus gegenüberzustellen und Ansätze zur gegenseitigen Vernetzung herauszuarbeiten – zugeschnitten auf die Partner im Projekt.

Wprowadzenie

Koncepcja została opracowana w ramach projektu „Odkryj geologiczne skarby Górnych Łużyc i Dolnego Śląska!”. Celem projektu jest rozpowszechnienie dwóch geologicznych osobliwości w Niemczech i w Polsce, zwłaszcza na Górnych Łużycach i na Dolnym Śląsku. Są one reprezentowane przez partnerów projektu.

Wniosek o dofinansowanie projektu został złożony przez stowarzyszenie Förderverein Lausitzer Findlingspark Nochten e. V. – beneficjenta wiodącego w projekcie. Beneficjent wiodący prowadzi większą część projektu. Partnerami projektu są Gmina i Miasto Lwówek Śląski oraz spółka marketingowa Marketing-Gesellschaft Oberlausitz-Niederschlesien mbH (MGO).

Projekt jest realizowany w ramach Programu Współpracy INTERREG Polska – Saksonia 2014–2020, a wartość całkowita projektu wynosi 484 536,35 EUR. Dofinansowanie z Unii Europejskiej wynosi 85 %.

W fazie zainicjowania projektu spółka MGO otrzymała zapytanie od beneficjenta wiodącego, dotyczące partnerstwa w projekcie. Założeniem partnerstwa projektowego było wprowadzenie do projektu perspektywy regionalnej – tzn. rozpatrywanie osobliwości geologicznych w kontekście rozwoju regionalnego i marketingu Górnych Łużyc.

Koncepcja skierowana jest przede wszystkim do partnerów projektu i podmiotów zainteresowanych (geo)turystyką. Na przykładzie partnerów projektu opisuje sposoby powiązania osobliwości geologicznych z (wiodącymi) tematami i produktami turystycznymi.

Nie jest to koncepcja naukowa, ani koncepcja kompletna. Została napisana w celu zestawienia ze sobą geologii i turystyki oraz wypracowania podstaw do nawiązywania kontaktów i współpracy, a także dopasowana do partnerów w projekcie.

1. BEGRIFFSDEFINITIONEN UND -KLÄRUNGEN

Geologie

Geologie, Lehre von der Entstehung, Beschaffenheit und Entwicklung der Erde sowie der Entwicklung des Lebens unter Einbeziehung von Paläoklima und paläogeographischen Gegebenheiten. Die allgemeine (oder dynamische) Geologie untersucht, welche endogenen und exogenen Vorgänge die Erdkruste gestalten. Zur Aufdeckung der exogenen Vorgänge trägt u. a. die Sedimentologie bei, während Tektonik, Vulkanologie und die Untersuchung von Plutonen endogene Prozesse und ihre Ursachen klären. Demgegenüber untersucht die historische Geologie (unterstützt u. a. durch Stratigraphie, Paläontologie und Verfahren der Datierung) die Entwicklung der Erde und der sie bewohnenden Lebewesen. Die Frage, wie sich Erkenntnisse der Geologie in der Alltagspraxis, etwa zur Auffindung von Lagerstätten und Wasservorräten, zur Beurteilung der Eignung eines Baugrundes und zur Schadensbegrenzung im Hinblick auf Naturkatastrophen verwerten lassen, steht im Zentrum der angewandten Geologie.

Grundlage:

www.spektrum.de/lexikon/geographie/geologie/2943

1. DEFINICJE I OBJAŚNIENIA POJĘĆ

Geologia

Geologia, nauka zajmująca się powstaniem, budową i ewolucją Ziemi oraz rozwojem życia, w tym paleoklimatu i cech paleogeograficznych. Geologia ogólna (lub dynamiczna) bada, jakie procesy endogeniczne i egzogeniczne kształtują skorupę ziemską. Do odkrywania procesów egzogenicznych szczególnie przyczynia się sedymentologia, podczas gdy tektonika, wulkanologia i badania plutonów wyjaśniają procesy endogeniczne i ich przyczyny. Natomiast geologia historyczna (wspierana m.in. przez stratygrafię, paleontologię i metody datowania) zajmuje się badaniem rozwoju Ziemi i zamieszkujących ją istot żywych. Istotą geologii stosowanej jest wskazanie, w jaki sposób wyniki badań geologicznych mogą być wykorzystane w codziennej praktyce, na przykład w celu zlokalizowania złóż i zasobów wodnych, oceny przydatności terenu pod budowę oraz ograniczania szkód w przypadku klęsk żywiołowych.

Źródło:

www.spektrum.de/lexikon/geographie/geologie/2943

Blick auf den Klosterbruch Demitz | Widok na kamieniołom klasztorny Demitz

© Verein zur Entwicklung der Region Bautzener Oberland e.V.



Geologische Besonderheiten und Formationen

Als geologische Besonderheiten bezeichnet man in erster Linie geologische Formationen. Diese sind die natürliche Gesamtheit von Gesteinen, die durch die Gemeinsamkeit ihrer Entstehungsbedingungen verbunden sind. Charakterisierend für diese Formationen sind die Ähnlichkeiten in physikalisch-geographischen und tektonischen (geodynamischen) Entstehungsbedingungen. Geologische Formationen sind grundsätzlich ganze Regionen mit einer Fläche von vielen tausenden Quadratkilometern. Die wohl populärsten geologischen Besonderheiten der Welt sind Island, der Grand Canyon in den USA oder der Ayes Rock in Australien (siehe auch 3.3).

Unterscheidungen werden aus wissenschaftlicher Sicht vorgenommen:

• Ursprung:

- › Sedimentär (durch Ablagerung entstanden)
- › Vulkanisch (von einem Vulkan stammend)
- › Sedimentär und Vulkanisch
- › Intrusiv-magmatisch (Eindringen von Magma in die Erdkruste, bzw. in bereits bestehende Gesteinskörper (resp. Nebengesteine)
- › Metamorphische (eine Gestalt, seinen Zustand wandelnd)
- › Erzformationen

• Bodenschatz:

- › Kohleführende
- › Phosphoritführende
- › Salzführende

Osobliwości i formacje geologiczne

Osobliwości geologiczne to przede wszystkim formacje geologiczne. Są to naturalne zespoły skał, które łączą wspólne warunki ich powstawania. Charakterystyczne dla ukształtowania się tych formacji jest podobieństwo warunków fizyczno-geograficznych i tektonicznych (geodynamicznych). Formacje geologiczne to w zasadzie całe regiony o powierzchni wielu tysięcy kilometrów kwadratowych.

Prawdopodobnie najbardziej popularnymi osobliwościami geologicznymi na świecie są Islandia, Wielki Kanion w USA czy Uluru w Australii (patrz także 3.3).

Z naukowego punktu widzenia rozróżnienia dokonuje się pod kątem następujących aspektów:

• Pochodzenie:

- › sedymentacyjne (powstałe w wyniku osadzania się)
- › wulkaniczne (pochodzące z wulkanu)
- › sedymentacyjne i wulkaniczne
- › intruzyjno-magmatyczne (wtargnięcie magmy do skorupy ziemskiej lub do już istniejących skał – skał towarzyszących, wtórnych)
- › metamorficzne (kształt, zmieniający swój stan)
- › formacje rud

• Złoże mineralne:

- › węglonośne
- › fosforytonośne
- › solonośne

Geologie im touristischen Kontext – ein Nischenthema?

Geotourismus ist ein Bereich des Naturtourismus, indem geologisch bedeutende Orte touristisch vermarktet werden. Beliebte Landschaften, aufgrund ihrer geologiebedingten Gestaltung sind in Deutschland z.B. das Mittelrheintal oder die Karstlandschaften der Schwäbischen und Fränkischen Alb.

Allerdings wird Geotourismus oftmals im Zusammenhang mit anderen touristischen Attraktionen beworben. Geotope oder auch geologische Besonderheiten liegen zudem oft in Naturschutzgebieten oder Geoparks. Dadurch ist der Spielraum im Hinblick auf „menschengemachte Attraktionen“ mit zusätzlichem touristischem Potenzial recht begrenzt.

Destinationen in Deutschland weisen geologische Besonderheiten nicht zwingend als diese aus und es gibt wenig Literatur im touristischen Kontext. In einer durch die MGO im Jahr 2020 durchgeführten Recherche wurde festgestellt, dass es vergleichsweise wenige Bloggerinnen und Blogger gibt, welche sich mit diesem Thema auseinandersetzen. Selbst bekannte Bloggerinnen und Blogger wie beispielsweise Lisa Seline Albrecht (www.lisa-seline.jimdosite.com) haben eine vergleichsweise geringe Reichweite gegenüber anderen Reisebloggerinnen und Reisebloggern.

Geologia w kontekście turystycznym – temat niszowy?

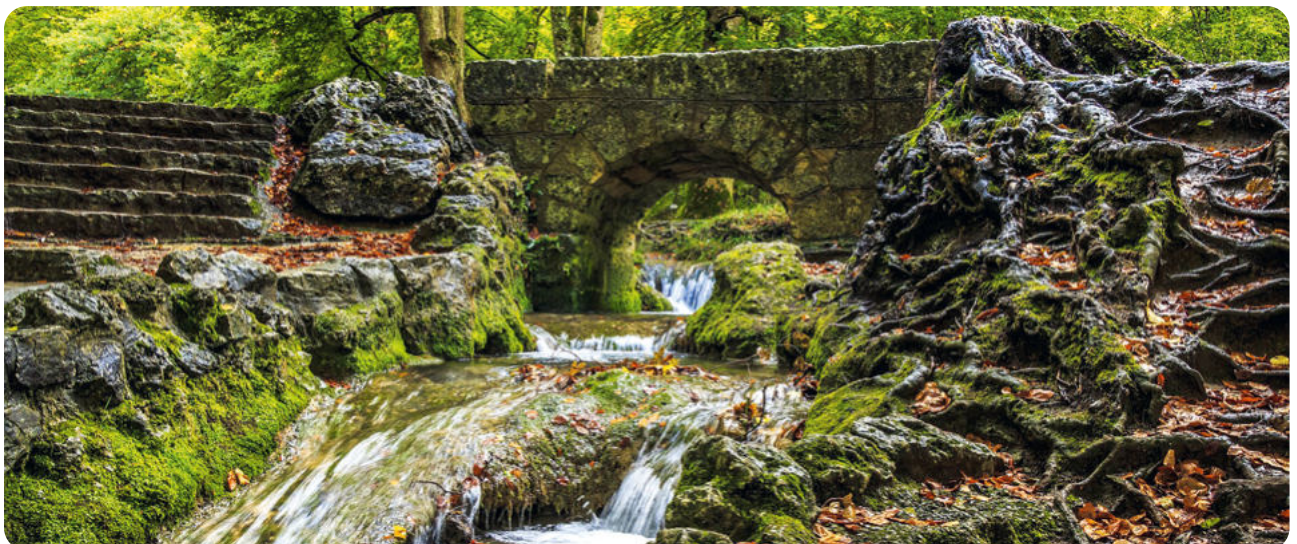
Geoturystyka jest dziedziną turystyki przyrodniczej, w której miejsca o znaczeniu geologicznym są promowane w celach turystycznych. Ze względu na ukształtowanie geologiczne, popularnymi terenami są w Niemczech np. Dolina Środkowego Renu lub krajobrazy krasowe Jury Szwabskiej i Jury Frankońskiej.

Geoturystyka jest jednak często promowana w połączeniu z innymi atrakcjami turystycznymi. Geotopy, czy obiekty geologiczne, znajdują się też na obszarach ochrony przyrody lub w geoparkach. Ogranicza to zakres „atrakcji stworzonych przez człowieka”, o dodatkowym potencjale turystycznym.

Cele podróży w Niemczech niekoniecznie są wybierane pod kątem osobliwości geologicznych i istnieje niewiele literatury z tego obszaru w kontekście turystyki. Podczas badania przeprowadzonego przez MGO w 2020 roku okazało się, że jest niewielu blogerów zajmujących się tą tematyką. Nawet tak znane blogerki jak Lisa Seline Albrecht (www.lisa-seline.jimdosite.com) mają stosunkowo niewielki zasięg w porównaniu z innymi blogami podróżniczymi.

Bachlauf Bad Urach Schwäbische Alb | Potok w Bad Urach, Jura Szwabska

© Pixabay





Geotourismus als solcher ist für die Oberlausitz sicher ein Nischen- bzw. ein Querschnittsthema. Das heißt es trifft die Interessen spezieller Zielgruppen bzw. streift andere Themen. Eine besondere Geologie hingegen ist Basis für einen potenziell attraktiven Aktiv- und Familientourismus. Die Oberlausitz hat gute Voraussetzungen und einige Alleinstellungsmerkmale.

Beispiele in aller Welt

Przykłady na całym świecie

Island Islandia



Strokkur-Geysir in Island
Gejzer Strokkur na Islandii
© Pixabay

... ist ein sehr gutes Beispiel für Geotourismus. Vermutlich sogar geologisch gesehen eines der spannendsten Reiseziele überhaupt. Die Plattentektonik, der Vulkanismus, die Eiszeiten und die Erosion formten Island. Die größte Vulkaninsel der Welt hat weitere Alleinstellungsmerkmale, wie beispielsweise Wasserfälle und Gletscher, welche jährlich ca. 2 Millionen Touristen anziehen. Zudem liegt Island direkt auf der Grenze zwischen der Eurasischen und Nordamerikanischen Platte. Die Auswirkungen davon sind vor allem im Pinguellir Nationalpark im Südwesten des Landes an den Rissen und Spalten zu beobachten.

... jest bardzo dobrym przykładem geoturystyki. Prawdopodobnie pod względem geologicznym jest to jeden z najbardziej ekscytujących celów wycieczkowych w ogóle. Tektonika płyt, wulkanizm, epoki lodowcowe i erozja ukształtowały Islandię. Ta największa wyspa wulkaniczna na świecie posiada również inne unikalne cechy, takie jak wodospady i lodowce, które przyciągają około 2 miliony turystów rocznie. Ponadto Islandia leży bezpośrednio na granicy między płytą euroazjatycką i północnoamerykańską. Efekty tego można zobaczyć szczególnie w szczelinach i pęknięciach w Parku Narodowym Pinguellir w południowo-zachodniej części kraju.

Geoturystyka jest dla Górnych Łużyc z pewnością tematem niszowym lub przekrojowym. Oznacza to, że odpowiada ona zainteresowaniom specjalnych grup docelowych lub jest jedynie wzmiankowana w przypadku innych tematów. Geologia szczególnie jest natomiast bazą dla potencjalnie atrakcyjnej turystyki aktywnej i rodzinnej. Górne Łużycy mają dobre warunki w tym zakresie i kilka niepowtarzalnych osobliwości.

Grand Canyon *Wielki Kanion*



... ist eine ca. 450 km lange Schlucht im Norden von Arizona. Die Entstehung dieser Schlucht liegt mehrere Millionen Jahre zurück und ist eines der Wahrzeichen der USA. Jährlich reisen etwa 6 Millionen Touristen zum Grand Canyon. Der Canyon ist im Durchschnitt 1,6 km tief und zwischen 1 km und 30 km breit.

Grand Canyon in den USA
Wielki Kanion w USA
© Pixabay

... jest kanionem w północnej Arizonie, o długości około 450 km. Kanion powstał przed kilkoma milionami lat i jest on jedną z wspaniałości USA. Każdego roku do Wielkiego Kanionu przyjeżdża około 6 milionów turystów. Kanion ma średnio 1,6 km głębokości i od 1 km do 30 km szerokości.

2. GEOLOGIE IN DER OBERLAUSITZ UND DEN NACHBARREGIONEN

Die Oberlausitz und ihre Nachbarregionen haben eine differente geologische Geschichte. Aus ihr hervor gingen einige Besonderheiten und Alleinstellungsmerkmale.

Der Norden der Oberlausitz zeigt sich als ein großes, in der Eiszeit ausgeschürftes Flachland mit einer [...] Heide- und Teichlandschaft. [...] Der Süden der Oberlausitz zeigt sich als Hügel- und Bergland. [...] Bei vielen der Hügel und Berge der südlichen Oberlausitz handelt es sich um Kuppen des Lausitzer Granodiorit-Massivs. Am Ende der Kreidezeit schob sich das Lausitzer Granodioritmassiv im Südwesten (nördlich und östlich des Dresdner Elbtales) auf die böhmische Sandsteinplatte auf und verformte dabei deren Randzone. Nicht nur das dabei entstandene Elbsandsteingebirge, sondern auch andere Landschaftsformen der südlichen Oberlausitz lassen sich aus dieser geologischen Störung, der „Lausitzer Überschiebung“, erklären. Andere Erhebungen der südlichen Oberlausitz sind Überbleibsel vulkanischer Aktivitäten im späten Tertiär und im Quartär und enthalten basaltische Gesteine.

2. GEOLOGIA NA GÓRNYCH ŁUŻYCACH I W REGIONACH SĄSIEDNICH

Górne Łużyce i sąsiadujące z nimi regiony mają odmienną historię geologiczną. Wynikają z tego pewne osobliwości i unikalne cechy.

Północ Górnych Łużyc to rozległa równina ukształtowana w epoce lodowcowej z [...] krainą wrzosowisk i stawów. [...] Południe Górnych Łużyc to krajobraz pagórkowaty i górski. [...] Wiele wzniesień i gór południowych Górnych Łużyc to wierzchołki granodiorytowego masywu łużyckiego. Pod koniec okresu kredy, granodioryt łużycki w południowo-zachodniej części (na północ i wschód od drezdeńskiej doliny Łaby) nasunął się na czeską płytę piaskowcową i zdeformował jej strefę brzeżną. Ten uskok geologiczny, „nasunięcie łużyckie”, wyjaśnia powstanie nie tylko Gór Połabskich, ale także innych form krajobrazu południowych Górnych Łużyc. Pozostałe wzniesienia w południowych Górnych Łużycach są pozostałościami po działalności wulkanicznej z późnego trzeciorzędu oraz czwartorzędu i zawierają skały bazaltowe.

Grundlage: Dr. Uwe Miersch, 2016, Oßlingen
Źródło: Dr. Uwe Miersch, 2016, Oßlingen
<https://www.dresden-und-sachsen.de/oberlausitz/natur.htm>



Das größte zusammenhängende Binnendünengebiet Deutschlands befindet sich in der Oberlausitz, genauer der Muskauer Heide.

Największy powiązany ze sobą obszar wydm śródlądowych w Niemczech znajduje się na Górnych Łużycach, a dokładniej na Wrzosowiskach Mużakowskich (Muskauer Heide).

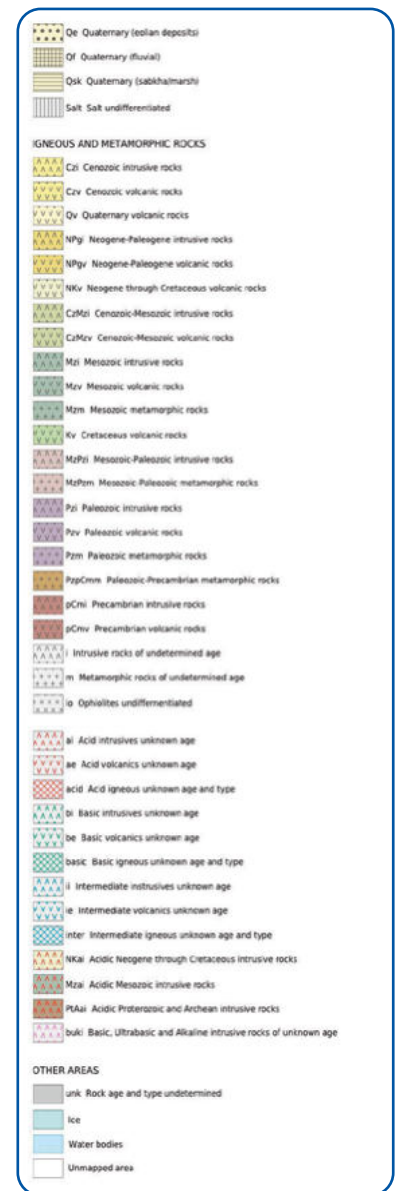
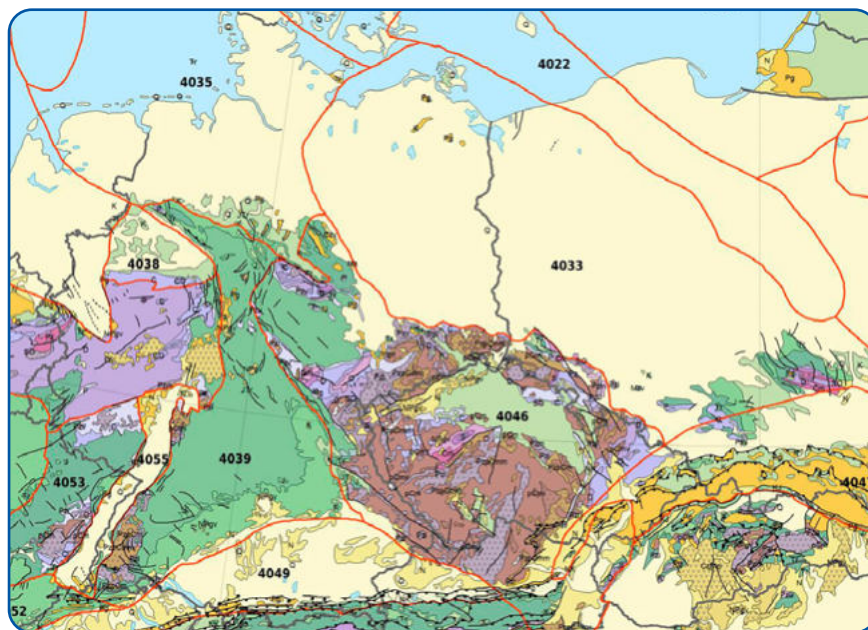
Geotourismus in der Oberlausitz

In 2020 und 2021 gab bzw. gibt es keine Plattform, welche den Geotourismus in der Oberlausitz speziell erfasst oder bewirbt. Allerdings gibt es einige Besonderheiten in der Oberlausitz mit einem geologischen Bezug. Im Folgenden sind einige Beispiele aufgeführt.

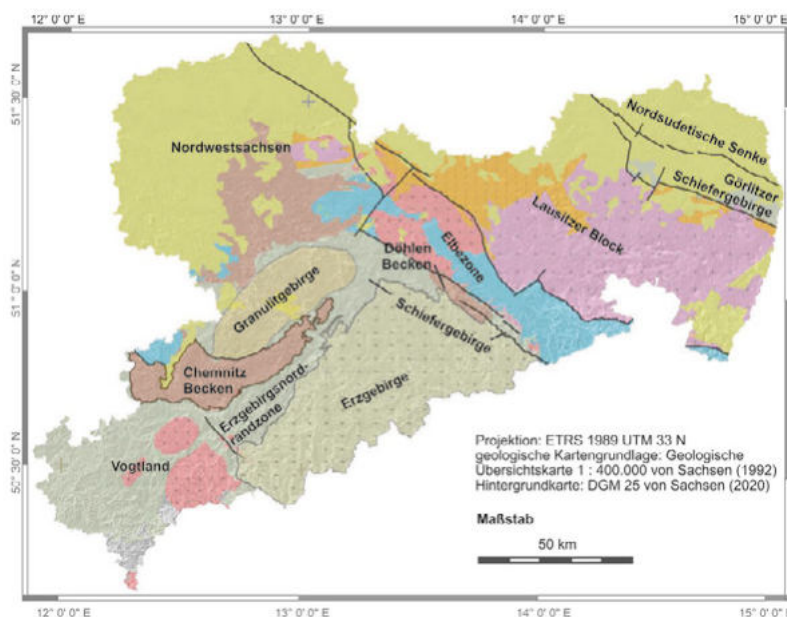
Geoturystyka na Górnych Łużycach

W latach 2020 oraz 2021 nie istniała i nie istnieje platforma, która rejestruje lub promuje geoturystykę na Górnych Łużycach. Na Górnych Łużycach występują jednak pewne osobliwości, mające odniesienie geologiczne. Poniżej podano kilka przykładów.

Übersichtskarte Europa (Ausschnitt Mitteleuropa) | Mapa przeglądowa Europy (widok Europy Środkowej)
© Eric Gaba



Geologische Übersichtskarte von Sachsen Regional-geologische Einheiten



Legende

- paläogene und neogene Gesteine (Lockersedimente, Braunkohle und Vulkanite)
- Sedimente des Mesozoikums (einschließlich Zechstein)
- Gesteine des Rotliegenden (Sedimente, Vulkanite, Vulkanoklastite)
- post-variszische Intrusivgesteine (besonders Granite und Monzonite)
- paläozoische unmetamorphe und niedriggradig metamorphe Gesteine (besonders Sedimente, Vulkanite)
- mittelgradig bis hochgradig regional-metamorphe Gesteine (besonders Gneis, Eklogit, Glimmerschiefer)
- hochgradig regional-metamorphe Gesteine (Granulit)
- post-cadomische Intrusivgesteine (besonders Granodiorit)
- proterozoische Sedimente (besonders Grauwacken)



1

Findlingspark Nochten | Park Głazów Nargutowych w Nochten
© Förderverein Lausitzer Findlingspark Nochten e.V.



2

Granitdorf Demitz-Thumitz | Granitowa wieś Demitz-Thumitz
© TGG Westlausitz



3

Elementarium Kamenz | Elementarium w Kamenz
© Elementarium Kamenz



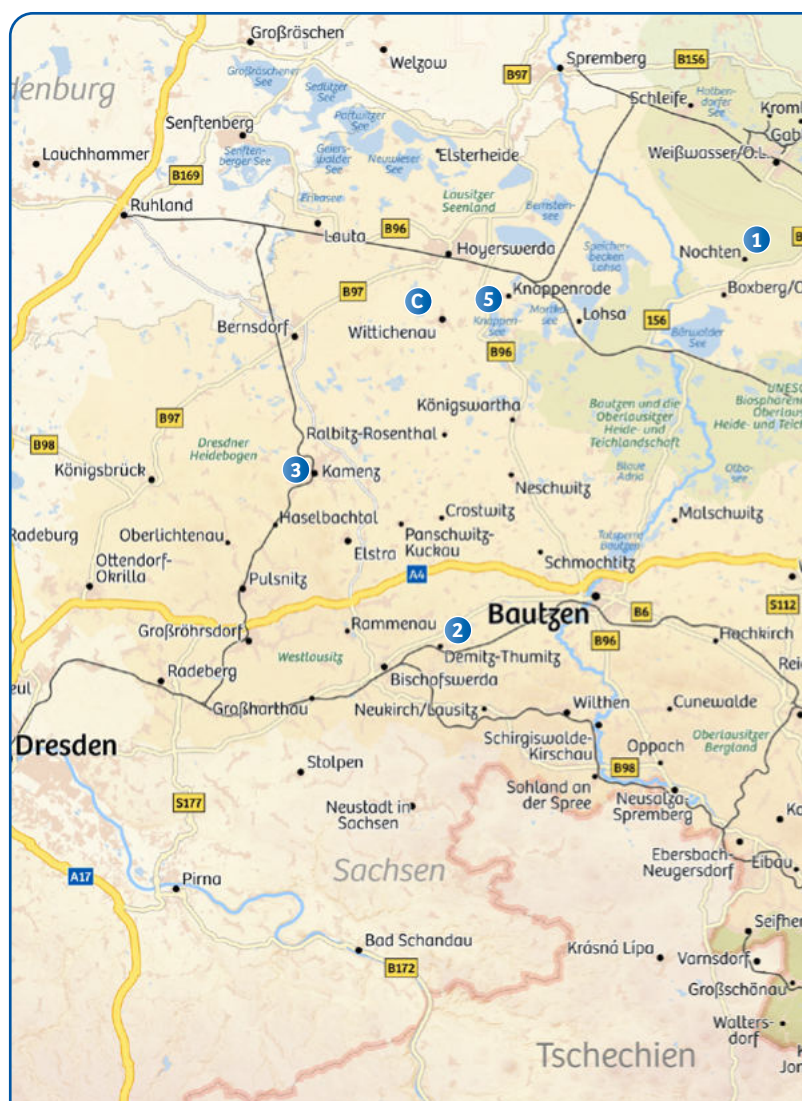
4

Senckenbergmuseum Görlitz
Muzeum Przyrodnicze im. Senckenberga w Görlitz
© Sven Tränkner



5

Energiefabrik Knappenrode | Fabryka Energii Knappenrode
© Peter Radke

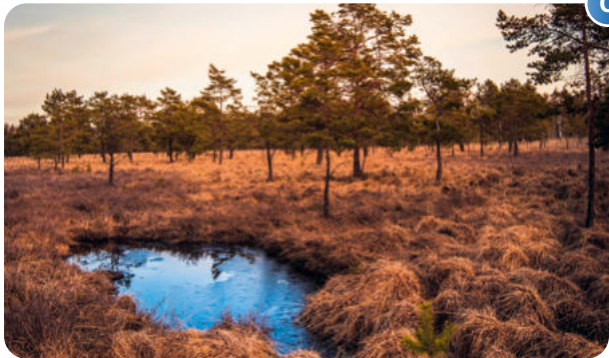




UNESCO Global Geopark Muskauer Faltenbogen
Światowy Geopark UNESCO Łuk Mużakowa
© Rainer Weissflog



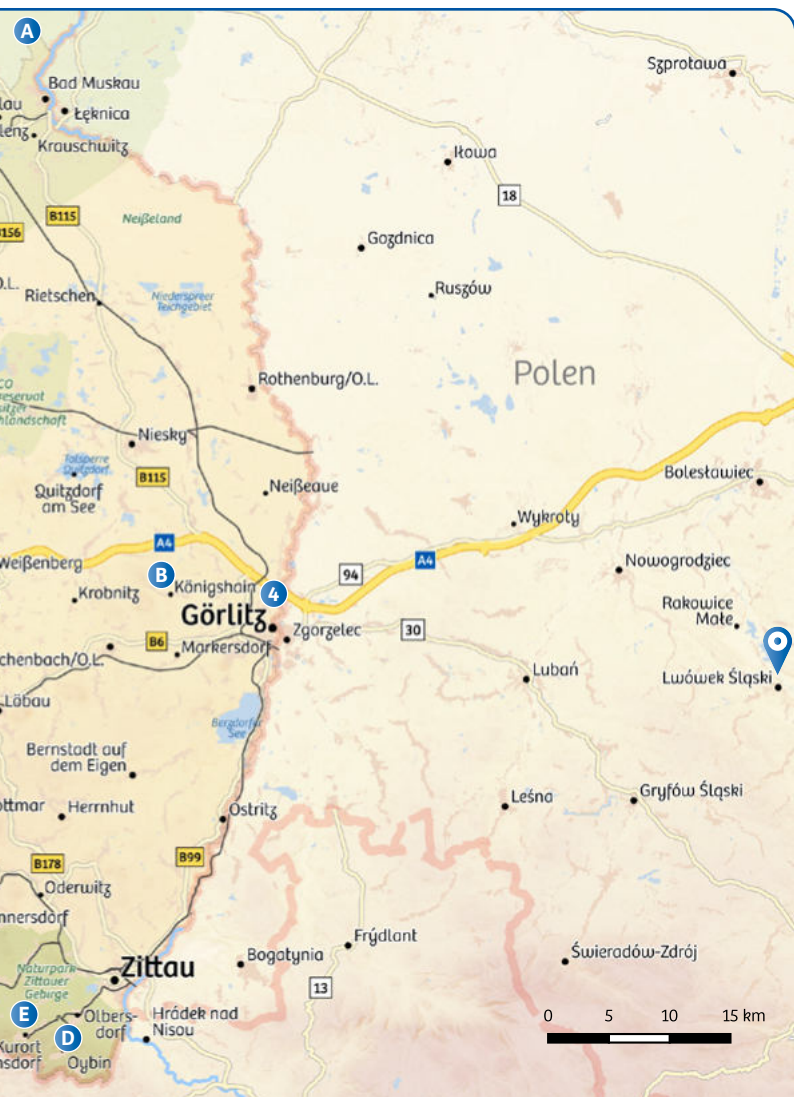
Königshainer Berge | Góry Königshain
© Frank Hamm



Dubringer Moor | Torfowisko Dubringer Moor
© Sascha Prietzel



Kelchstein(e) | Skalne Kielichy
© Markus Balkow



Nonnenfelsen | Skąty Zakonnicy
© Thorsten Günthert



Löwenberger Schweiz | Szwajcaria Lwówecka
© UGIM Lwówek ŚL.

3. PROFILIERUNGS- UND VERMARKTUNGSANSÄTZE FÜR GEOLOGISCHE BESONDERHEITEN



Verantwortungsgebiet der MGO
Zdj. 5 Obszar działalności MGO

Die MGO wurde am 1. Januar 2002 gegründet. Ihre Gesellschafter sind die Landkreise Bautzen und Görlitz, sowie die Kreisparkasse Bautzen, die Sparkasse Oberlausitz-Niederschlesien und die Ostsächsische Sparkasse Dresden.

Gegenstand des Unternehmens sind die Unternehmensbereiche Destinationsmanagement Oberlausitz, Tourismusmarketing Oberlausitz und Regionalentwicklung Oberlausitz.

Die Unternehmensbereiche zielen auf die nachhaltige Entwicklung, erfolgreiche nationale und internationale Vermarktung sowie Imagesteigerung der Ferien- und Wirtschaftsregion ab.

3 METODY PROFILOWANIA I MARKETINGU OSOBLIWOŚCI GEOLOGICZNYCH

Spółka MGO została założona 1. stycznia 2002 roku. Jej udziałowcami są powiaty Bautzen i Görlitz, jak również banki: Kreisparkasse Bautzen, Sparkasse Oberlausitz-Niederschlesien oraz Ostsächsische Sparkasse Dresden.

Przedmiotem działalności spółki są następujące obszary: zarządzanie destynacją Górne Łużyce, marketing turystyczny Górnych Łużyc oraz rozwój regionalny Górnych Łużyc. Działania mają na celu zrównoważony rozwój, udany marketing krajowy i międzynarodowy oraz wzmocnienie wizerunku regionu wypoczynkowego i gospodarczego.



Die MGO ist in Sachsen eine sogenannte Destinations-Management-Organisation (DMO). Dieser Status wird vom zuständigen Ministerium definiert. Pro Region gibt es nur eine DMO. DMOs erfüllen besondere Kriterien und haben die Aufgabe, die ihnen anvertrauten Regionen touristisch zusammenzuführen, zu profilieren und zu vermarkten. Ein Pendant zur MGO auf polnischer Seite existiert bislang nicht. Das erschwert die gemeinsame Regionalentwicklung und -vermarktung.

W Saksonii MGO jest tzw. organizacją zarządzającą destynacjami (Destinations-Management-Organisation – DMO). Status ten jest określany przez właściwe ministerstwo. W każdym regionie jest tylko jedna DMO. DMO spełniają specjalne kryteria i mają za zadanie skupianie, profilowanie i marketing turystyczny powierzonych im regionów. Odpowiednik MGO po stronie polskiej jeszcze nie istnieje. Utrudnia to wspólny rozwój regionalny i marketing.

Touristische Vermarktung der Oberlausitz

Die Oberlausitz ist vielfältig. Vielfalt heißt im Marketing auch oft Beliebigkeit. Um eine konkrete thematische Ausrichtung zu definieren, hat die MGO gemeinsam mit dem Tourismusbeirat als tourismusfachliches Gremium der Oberlausitz eine Leitproduktstrategie erarbeitet und sich zur Orientierung daran verpflichtet.

Im Rahmen dieses Prozesses entstand 2017 auch die neue Dachmarke Oberlausitz mit ihren drei Submarken. Unter der Dachmarke Oberlausitz formieren sich fortan drei Leitthemen. Die drei Leitthemen im Einzelnen nennen sich wie folgt: Aktiv in der Natur, Familienabenteuer, Kulturerlebnis.

Jedes Leitthema orientiert sich dabei an eine speziell bestimmte Zielgruppe und stellt damit die Weichen für die Entwicklung und Vermarktung von Leitprodukten. Leitprodukte sind touristische Produkte, über welche sich die Oberlausitz im Wettbewerb etablieren soll.

Marketing turystyczny Górnych Łużyc

Górne Łużyce są różnorodnie. W marketingu różnorodność często oznacza dowolność. W celu określenia konkretnej orientacji tematycznej, MGO wraz z Radą ds. Turystyki, będącą organem eksperckim w dziedzinie turystyki Górnych Łużyc, opracowała strategię produktu wiodącego i zobowiązała się do jej realizacji.

W ramach tego procesu, w 2017 roku powstała nowa marka nadrzędna Górne Łużyce skupiająca trzy marki z 3 kluczowymi tematami przewodnimi: aktywność na łonie natury, przygoda rodzinna, obcowanie z kulturą.

Każdy temat przewodni jest ukierunkowany na konkretną grupę docelową i wyznacza tym samym kierunek rozwoju i marketingu produktów wiodących. Produkty wiodące to produkty turystyczne, które mają na celu ugruntowanie pozycji Górnych Łużyc na konkurencyjnym rynku.

Leitproduktstrategie Oberlausitz
Strategia produktu wiodącego Górne Łużyce

Dachmarke oberlausitz.			
Leitthema	Aktiv in der Natur	Kulturerlebnis	Familienabenteuer
Submarke	oberlausitz. DAS LANDSCHAFTSWUNDERLAND	oberlausitz. DAS KULTURENTDECKERLAND	oberlausitz. DAS KINDERABENTUERLAND
Leitprodukte	› Oberlausitzer Bergweg › Oder-Neiße-Radweg	› Bautzen und Görlitz im Sechsstädtebund › Pücklers Gartenträume	› Zu Gast im Surierpark und bei den Freizeitknüllern
Potenzialthemen	› Spreeradweg › OL 100 › Zwillingradweg › Via Sarca Pilgerweg	› Via Sarca › Sorbische Kultur › Film	› zertifizierte Familienwege (Rad + Wandern) › Sechsstädtebund für Kinder
Hauptzielgruppe nach Sinus	› Sozialökologisches Milieu	› Liberal-intellektuelles Milieu	› Adaptiv-pragmatisches Milieu

DIE PROFILIERUNG UND VERMARKTUNG GEOLOGISCHER BESONDERHEITEN

Die nachfolgend genannten Ansätze sind in Zusammenarbeit mit den Projektpartnern entstanden. Sie wurden im Laufe des Projektes bereits begonnen umgesetzt. Dennoch handelt es sich um gedankliche Ansätze und Vorschläge.

Findlingspark Nochten Park Głazów Narzutowych w Nochten



Der **Findlingspark Nochten** ist ein Park mit ca. 7000 skandinavischen Findlingen. Seit seiner Entstehung in 2003 hat der Park ca. 1,5 Millionen Besucher gehabt. Der Findlingspark ist als Erlebnis- und Veranstaltungsangebot insbesondere für (Bus-) Reisegruppen etabliert. In der regionalen Vermarktung ist der Park auch über das Netzwerk der Freizeitknüller, welches Individualgäste anspricht, vernetzt. In den vergangenen Jahren wurde eine Profilierung in Richtung Barrierefreiheit bzw. -armut vorgenommen.

Park Głazów Narzutowych w Nochten jest parkiem, w którym znajduje się około 7000 skandynawskich głazów narzutowych. Od momentu powstania w 2003 roku park odwiedziło około 1,5 miliona gości. Park Głazów Narzutowych jest stworzony jako miejsce umożliwiające doświadczanie przyrody oraz organizację wydarzeń dla grup wycieczkowych (autokarowych). W marketingu regionalnym park należy również do sieci „Freizeitknüller” (oferty spędzania czasu wolnego), która jest skierowana do gości indywidualnych. W ostatnich latach park został sprofilowany w kierunku dostępności bez barier.

Der japanische Teichgarten | Staw w ogrodzie japońskim

© Hans Peter Berwig



PROFILOWANIE I MARKETING OSOBLIWOŚCI GEOLOGICZNYCH

Z partnerami projektu zostały wypracowane następujące sposoby postępowania. Ich wdrażanie zostało rozpoczęte już podczas realizacji projektu. Chodzi tu jednak wyłącznie o pomysły i propozycje.

Das **polnische Löwenberg** ist eine Kleinstadt in der Woiwodschaft Niederschlesien und hat ca. 8 870 Einwohner. Sehenswert sind neben Rathaus und Stadtpfarrkirche auch ein Kloster, Bürgerhäuser, ein Renaissance-Schloss – sowie die Löwenberger Schweiz südlich der Stadt. Touristisch ist die Stadt bisher vor allem durch die jährliche Veranstaltung „Löwenberger Achatensommer“ wahrnehmbar. Sie findet stets im Juli statt und wurde bereits 21 Mal durchgeführt. Touristisch ist die Stadt in Online-Portalen bisher wenig wahrnehmbar, drei Unterkünfte sind bei booking.com online buchbar, bei airbnb.com gibt es keine Unterkunft direkt in Löwenberg, nur in der Nähe, Trip-Advisor hat fünf Unterkünfte gelistet.

In Löwenberg selbst sowie der näheren Umgebung gibt es einige nennenswerte Points of Interest, u. a. auch die Via Regia, der Jakobsweg, ER-4, 6 und 10 u. u. a. m.

Polskie miasto Lwówek Śląski jest małym miastem w województwie dolnośląskim i liczy około 8 870 mieszkańców. Warto zobaczyć ratusz, kościół parafialny, klasztor, domy mieszczkańskie, pałac renesansowy oraz znajdującą się w południowej części miasta – Szwajcarię Lwówecką. Do tej pory miasto znane było z corocznej imprezy „Lwóweckie Lato Agatowe”. Odbywa się ona zawsze w lipcu i miała już 21 edycji. Miasto praktycznie nie jest dostrzegalne na internetowych portalach turystycznych, trzy miejsca noclegowe można zarezerwować online na booking.com, na airbnb.com nie ma żadnych noclegów bezpośrednio w Lwówku Śląskim, jedynie w okolicy, Trip-Advisor wymienia pięć miejsc noclegowych.

W samym Lwówku Śląskim, jak i w okolicy znajduje się kilka miejsc godnych uwagi, takich jak Via Regia, Droga św. Jakuba, ER-4, 6 oraz 10 i wiele innych.

Löwenberg in Polen Lwówek Śląski (PL)



Löwenberg | Lwówek Śląski

©UGIM Lwówek Śl





Eine touristische Profilierung und intensivere Vermarktung sind seitens der Projektpartner gewünscht. Die nachfolgende Übersicht mit Profilierungs- und Vermarktungsansätzen orientiert sich am sogenannten Marketinghaus bzw. den „vier Ps“ – Product, Price, Place, Promotion.

Ansätze für Nochten | Pomysły dla Nochten

Trends und Bedürfnisse Trendy i potrzeby

Nochten liegt in der Nähe des Bärwalder Sees im Lausitzer Seenland. Das Lausitzer Seenland profiliert und vermarktet sich vor allem über Aktiv- und Wassertourismus, verstärkt auch im Bereich Familienurlaub.

Das Segment Gruppentourismus hat aktuell schwierige Rahmenbedingungen. Tendenziell ist kaum bis gar kein Wachstum zu erwarten.

Aktivtourismus hat hingegen ein Wachstum um 25% allein in 2020 hingelegt, vermutlich auch Corona-bedingt.

Nochten leży w pobliżu jeziora Bärwalder See na Pojezierzu Łużyckim. Pojezierze Łużyckie profiluje się i promuje przede wszystkim poprzez turystykę aktywną i wodną, a w coraz większym stopniu także w zakresie urlopu rodzinnego.

Segment turystyki grupowej znajduje się obecnie w trudnej sytuacji. Nie należy się spodziewać żadnego wzrostu lub jest on niewielki.

Z kolei turystyka aktywna wzrosła o 25% w samym 2020 roku, prawdopodobnie również z powodu koronawirusa.

Profil turystyczny i bardziej intensywny marketing są pożądane przez partnerów projektu. Poniższy przegląd profilowania i podejść marketingowych opiera się na tzw. domu mediowym lub „czterech P” – Product, Price, Place, Promotion.

Ansätze für Löwenberg | Pomysły dla Lwówka Śląskiego

Löwenberg liegt im Dreiländereck Polen-Deutschland-Tschechien mit interessanten Felsformationen wie der „Löwenberger Schweiz“.

Die Umgebung ist geprägt von ersten Mountainbike-Strecken und Wettkämpfen.

Mountainbiking und Graveln liegen im Trend!

99% der Mountainbikerinnen und Mountainbiker sind gern draußen in der Natur, 97% wollen den Alltag hinter sich lassen, 81% wollen neue Kraft schöpfen.

Sozialer Effekt: MTB schafft Freizeitangebote in der Region und fördert Bewegung sowie Lebensqualität. Ökonomischer Effekt: Attraktive Angebote für Mountainbiker generieren Einkünfte. Ökologischer Effekt: Professionell geplante Strecken fördern Naturbewusstsein und wirken illegaler Wegenutzung entgegen (Quelle: Mountainbike Monitor 2018).

9,4 Mio. Deutsche haben großes Interesse am Thema MTB im Urlaub; 15 Mio. Deutsche nutzen in der Freizeit ein Mountainbike (Statistisches Bundesamt, 2018). Mountainbiking und Graveln wird zur Breitenaktivität, die Nachfrage nach Trailparks und E-Mobility steigen.

<https://www.ispo.com/trends/mountainbike-trends-2021-neuheiten-chancen>

Lwówek Śląski leży na trójkątyku granic Polska-Niemcy-Czechy, i posiada interesujące formacje skalne, takie jak „Szwajcaria Lwówecka”.

W okolicy znajdują się pierwsze trasy rowerowe dla rowerów górskich oraz odbywają się różne zawody.

Jazda na rowerach górskich oraz rowerach typu gravel to obecny trend!

99% rowerzystów górskich lubi przebywać na łonie natury, 97% chce zostawić za sobą codzienność, 81% chce naładować wewnętrzne baterie.

Effekt społeczny: MTB stwarza możliwości rekreacyjne w regionie i promuje aktywność fizyczną oraz poprawia jakość życia. Efekt ekonomiczny: Atrakcyjne oferty dla rowerzystów górskich generują przychody. Efekt ekologiczny: Profesjonalnie zaplanowane trasy promują świadomość przyrodniczą i przeciwdziałają nielegalnemu użytkowaniu szlaków (źródło: Mountainbike Monitor 2018).

9,4 mln Niemców jest bardzo zainteresowanych MTB podczas urlopu; 15 mln Niemców korzysta z roweru górskiego w czasie wolnym (Federalny Urząd Statystyczny, 2018). Upowszechnia się jazda na rowerach górskich i tzw. żwirówkach (gravel), rośnie zapotrzebowanie na wytyczone trasy dla rowerzystów górskich i e-mobilność.

<https://www.ispo.com/trends/mountainbike-trends-2021-neuheiten-chancen>

Trends und Bedürfnisse

Trendy i potrzeby

Produkt und Profil

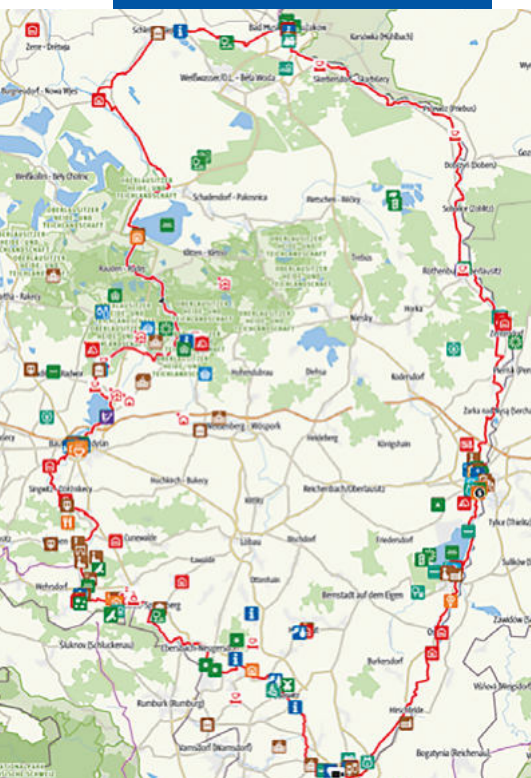
Produkt i profil

Zielgruppe nach SINUS-Milieu:

SOZ/ADA (siehe auch Exkurs:
Zielgruppen nach SINUS)

Grupa docelowa wg SINUS-Milieu:

SOZ/ADA (patrz również Exkursus:
Grupy docelowe wg SINUS)



Karte: © Outdoor-Active

Markt Rynek

POI am Zwillingsradweg Oberlausitz

Der Zwillingsradweg ist ein neues, touristisches Produkt auf bestehenden Radwegen. Er verbindet den Oder-Neiße-Radweg über die Mittellandrouten und den Froschradweg mit dem Spree-Radweg. Das Produkt wird als Potenzialthema eingestuft und mittelfristig als Leitprodukt der Oberlausitz entwickelt und vermarktet werden. Der Zwillingsradweg soll speziell auch für Familien profiliert werden.

Eine Profilierung des Findlingsparks Nochten als Point of Interest (POI) am Zwillingsradweg innerhalb der nächsten zwölf Monate generiert mehrere Vorteile. Der Findlingspark spricht verstärkt neue Zielgruppen an und profitiert von der Vermarktung des Zwillingsradweges durch die regionalen Akteure. Der Findlingspark diversifiziert so sein Angebot und wird unabhängiger.

Atrakcje turystyczne na Bliźniaczej Ścieżce Rowerowej na Górných Łužycach

Bliźniacza Ścieżka Rowerowa to nowy produkt turystyczny na istniejących trasach rowerowych. Łączy ona Szlak Rowerowy Odra-Nysa przez Szlak Śródlądowy – Mittellandroutę i Żabią Ścieżkę Rowerową ze Szlakiem Rowerowym Sprewy. Produkt ten został zakwalifikowany jako temat z potencjałem i będzie rozwijany i wprowadzany na rynek w perspektywie średnioterminowej – jako produkt wiodący Górných Łužyc. Bliźniacza Ścieżka Rowerowa ma być przeznaczona także dla rodzin.

Profilowanie Parku Głazów Nargutowych w Nochten, jako atrakcji turystycznej (POI) przy Bliźniaczej Ścieżce Rowerowej, przyniesie w ciągu najbliższych 12 miesięcy wiele korzyści. Park Głazów Nargutowych jest coraz bardziej adresowany do nowych grup docelowych i korzysta z promocji Bliźniaczej Ścieżki Rowerowej przez podmioty regionalne. Dzięki temu Park Głazów Nargutowych urozmaici swoją ofertę i staje się bardziej niezależny.

Die absolute Mehrheit der Gäste kommt aus Deutschland. Deshalb liegt das Hauptaugenmerk der touristischen Vermarktung der Oberlausitz und ihrer Produkte / Angebote auch auf den Märkten Berlin / Brandenburg sowie auf den umliegenden Bundesländern. Demnach kommen Gäste aus Tschechien, Polen und den Niederlanden. Gäste aus Tschechien schätzen vor allem das Aktiv-Angebot der Region sowie des Lausitzer Seenlandes.

Eine weitere Profilierung des Findlingsparks hin zu einem Ausflugsziel für Radfahrer aus Deutschland, Polen und Tschechien kann also von Vorteil sein.

Zdecydowana większość gości pochodzi z Niemiec. Dlatego też marketing turystyczny Górných Łužyc i jego produktów / ofert koncentruje się przede wszystkim na rynkach Berlina / Brandenburgii oraz okolicznych krajów związkowych. Przyjeżdżają też goście z Czech, Polski i Holandii. Goście z Republiki Czeskiej szczególnie cenią sobie aktywną ofertę regionu oraz Pojezierze Łużyckie.

Korzystne może być zatem dalsze profilowanie Parku Głazów Nargutowych – jako celu wycieczek dla rowerzystów z Niemiec, Polski i Czech.

Gravelroute nach Löwenberg

Die Oberlausitz entwickelt aktuell eine Gravel-Route von Dresden über die Sächsische Schweiz bis in den Naturpark Zittauer Gebirge. Perspektivisch sind Strecken in und über Tschechien vorgesehen. Ein trinationaler Anschluss bis nach Polen ist ein interessantes Angebot und ergänzt das Bild einer Gravel-Region. Löwenberg könnte sich durchaus als „Mountainbike-Mekka“ in Niederschlesien innerhalb der nächsten 24 Monate entwickeln.

Ein erster Streckenentwurf zeigt eine mögliche Gravel-Route nach Löwenberg. Die Stadt könnte so von einer grenzübergreifenden Regionsprofilierung und -vermarktung profitieren.

Trasa gravelowa do Lwówka Śląskiego

Na Górnych Łużycach powstaje obecnie trasa gravelowa z Drezna przez Szwajcarię Saksońską do Parku Krajobrazowego Gór Żyławskich.

W przyszłości planowane są trasy w Republice Czeskiej. Połączenie trójnarodowe z Polską jest ciekawą propozycją i uzupełnia wizerunek regionu gravelowego. W ciągu najbliższych 24 miesięcy Lwówek Śląski może stać się „mekką rowerów górskich” na Dolnym Śląsku.

Pierwszy projekt trasy pokazuje możliwy przebieg trasy gravelowej do Lwówka Śląskiego. Dzięki temu Lwówek Śląski mógłby odnieść korzyści z transgranicznego profilowania regionalnego i marketingu.



Karte: © Outdoor-Active

Deutsche und Tschechen sind besonders Rad-affin. Eine Profilierung Löwenbergs für deutsche und tschechische Gäste als Gravel- bzw. Mountainbike-Ziel kann sinnvoll sein. Auch in Polen ist der Trend zum Mountainbiking schon lange da. Löwenberg kann sich so auch zum Tagesziel oder als Ausgangspunkt für Mountainbiker und Gravel-Biker werden.

Niemcy i Czesi mają szczególne zamiłowanie do jazdy na rowerze. Dla niemieckich i czeskich gości Lwówek Śląski może być celem wycieczek na gravelach lub rowerach górskich. Również w Polsce moda na rowery górskie istnieje od dawna. Dzięki temu Lwówek Śląski może stać się celem jednodniowych wycieczek lub punktem startowym dla rowerzystów górskich i gravelowych.

Produkt und Profil

Produkt i profil

Zielgruppe nach SINUS-Milieu:

SOZ / ADA (siehe auch Exkurs:
Zielgruppen nach SINUS)

Grupa docelowa wg SINUS-Milieu:

SOZ / ADA (patrz również Excursus:
Grupy docelowe wg SINUS)

Markt

Rynek

Vertrieb und Kommunikation

Dystrybucja i komunikacja

Datenerfassung, -pflege und -verbreitung:

- › POI-Pflege in Outdooractive und my-brandenburg, Ansprechpartner MGO bzw. TV Lausitzer Seenland
- › POI-Pflege in Komoot, Community pflegt Inhalte selbst
- › Online-Buchbarkeit bei Regiondo, auch Pauschalen in Feratel, Ansprechpartner MGO bzw. Tourismusverband Lausitzer Seenland e.V.

Basics der Kommunikation:

Für die eigene Homepage kann das Framework von Sachsen bzw. der Oberlausitz verwendet werden, Ansprechpartner MGO, zusätzlich zu Facebook sind Instagram und Pinterest empfehlenswert, Pinterest insbesondere für Tipps bspw. rund um Garten anlegen und pflegen

Vernetzung:

- › Teilnahme an geförderten Kampagnen der Oberlausitz, einsehbar im Planungsraster Oberlausitz unter **www.oberlausitz.business**
- › Informationen zu aktuellen Projekten und Kampagnen der MGO, monatlich im Newsletter, Anmeldung unter **www.oberlausitz.business**

Gromadzenie, aktualizacja i rozpowszechnianie danych:

- › Obługa POI w Outdooractive i my-brandenburg, kontakt przez MGO lub TV Lausitzer Seenland.
- › Aktualizacja POI w Komoot, społeczność sama opracowuje treści
- › Możliwość rezerwacji online w Regiondo, również pakiety w Feratel, kontakt przez MGO lub TV Lausitzer Seenland.

Baza komunikacji:

W celu utworzenia własnej strony internetowej można korzystać z platformy programistycznej Saksonii lub Górnych Łużyc, kontakt przez MGO.
Oprócz Facebooka polecane są Instagram i Pinterest, Pinterest w szczególności do wskazówek np. na temat zakładania i pielęgnacji ogrodu.

Powiązanie w ramach sieci:

- › Udział w kampaniach Górnych Łużyc, do wglądu w planie dla Górnych Łużyc na stronie **www.oberlausitz.business**
- › Informacje o aktualnych projektach i kampaniach MGO, co miesiąc w ramach newslettera, zgłoszenia na stronie **www.oberlausitz.business**

Datenerfassung, -pflege und -verbreitung:

- › POI-Pflege in Outdooractive, Inhalte können selbst gepflegt werden
- › POI-Pflege in Komoot, Community pflegt Inhalte selbst
- › Produktion von Bild- und Videomaterial zur Löwenberger Schweiz sowie zu Löwenberg

Basics der Kommunikation:

zusätzlich zu Facebook ist Instagram empfehlenswert, insbesondere beim Thema Mountainbike / Graveln

Vernetzung:

Vernetzung mit der Region Oberlausitz möglich, ähnlich zu Lauban im Oberlausitzer Sechsstädtebund – gemeinsame Projekte und Kampagnen sind möglich und wünschenswert, Ansprechpartner MGO

Gromadzenie, aktualizacja i rozpowszechnianie danych:

- › Zarządzanie POI w Outdooractive, treść może być opracowywana przez samych użytkowników
- › Aktualizacja POI w Komoot, społeczność sama opracowuje treść
- › Produkcja materiałów zdjęciowych i wideo na temat: Szwajcaria Lwówecka oraz Lwówek Śląski

Baza komunikacji:

Oprócz Facebooka zalecany jest Instagram, szczególnie w temacie górskiej turystyki rowerowej / gravelingu.

Powiązanie w ramach sieci:

Możliwa sieć współpracy z regionem Górnych Łużyc, podobnie jak w przypadku Lubania w Górnołużyckim Związku Sześciu Miast – możliwe i pożądane są wspólne projekty i kampanie, kontakt przez MGO.

**Vertrieb und
Kommunikation****Dystrybucja
i komunikacja**



Die hier dargestellten SINUS-Milieus entsprechen deutschen Zielgruppen. Auch für Polen hat das SINUS-Institut Untersuchungen. Alle hier dargestellten Ergebnisse können aber für die Profilierung und Vermarktung Polens auf dem deutschen Markt sehr interessant sein und gute Ansätze liefern.

Przedstawione tu środowiska SINUS odpowiadają niemieckim grupom docelowym. Instytut SINUS posiada również opracowania dla Polski. Wszystkie zaprezentowane tu wyniki mogą być bardzo interesujące dla profilowania i marketingu Polski na rynku niemieckim i mogą stać się źródłem dobrych pomysłów.

4. EXKURS: ZIELGRUPPEN NACH SINUS

Die Sinus-Milieus liefern ein wirklichkeitsgetreues Bild der soziokulturellen Vielfalt in Gesellschaften, in dem sie die Befindlichkeiten und Orientierungen der Menschen, ihre Werte, Lebensziele, Lebensstile und Einstellungen sowie ihren sozialen Hintergrund genau beschreiben.

Auch für den Tourismus sind die Studien des unabhängigen Sinus-Instituts für Markt- und Sozialforschung interessant geworden. Die Tourismus Marketing Gesellschaft Sachsen mbH hat nach intensiver Analyse drei Hauptzielgruppen für sächsische Angebote innerhalb der zehn definierten Sinus-Milieus (Stand 2018) benannt. Auch die Oberlausitz orientiert sich an den favorisierten Grundorientierungen. Das Milieu der Adaptiv-Pragmatischen wird mit bis zu 60 % als Hauptzielgruppe angenommen, auf die Liberal-Intellektuellen entfallen etwa 25 % der touristischen Angebote und die Sozial-Ökologischen werden mit etwa 15 % Nachfrage konkretisiert. Mit der Zielgruppensegmentierung sollen neue – bisher ungehobene – Potentiale erschlossen werden. Wachsende und zukunftsorientierte Zielgruppen sind im Fokus.

Das Sozial-Ökologische Milieu hat Begriffe wie „Nachhaltigkeit und Entschleunigung“ verinnerlicht. Personen, die dem Milieu zu geordnet werden haben ein ausgeprägtes ökologisches und soziales Gewissen und eine sehr normative Vorstellung vom „richtigen“ Leben. Sie sind kritisch gegenüber der Konsumgesellschaft und Globalisierungs-Skeptiker. Man legt Wert auf Political Correctness, Vielfalt, Achtsamkeit und Multikulturalismus. Gegenüber Medien und besonders Social Media ist man eher verhalten bis skeptisch eingestellt. Ein ausgeprägtes Interesse für nachhaltiges, naturverbundenes und aktives Reisen ist markant.

Das Adaptiv-Pragmatische Milieu ist jung, modern, aktiv und familien- und spaßorientiert – die bürgerliche Mitte von morgen, bzw. die junge, digitale Mitte von heute. In der oben abgebildeten Grafik liegt das Milieu der ADA's relativ zentral und hat daher Überschneidungen in viele Richtungen. Es ist ein wachsendes Milieu. Man durchstöbert das Internet gründlich nach Testberichten in Foren und nach Sonderangeboten. Auf Familienfreundlichkeit und Urlaub in den Schulferien wird geachtet. Ferienwohnungen, 3-Sterne-Hotels oder auch Camping sind sehr beliebt.

4. EKSURS: GRUPY DOCELOWE WEDŁUG SINUS

Środowiska społeczne wg. Sinus, to rzeczywisty obraz różnorodności społeczno-kulturowej, w którym dokładnie opisuje się nastroje i orientacje ludzi, ich wartości, cele życiowe, style życia i postawy, a także ich pochodzenie społeczne.

Interesujące dla turystyki stały się również badania niezależnego Instytutu Badań Rynkowych i Społecznych Sinus. Po intensywnej analizie spółka Tourismus Marketing Gesellschaft Sachsen mbH określiła trzy główne grupy docelowe dla saksońskich ofert, w ramach dziesięciu zdefiniowanych przez Sinus środowisk społecznych (stan na 2018 r.). Górne Łużyce są również ukierunkowane na preferowane kierunki podstawowe. Przyjmuje się, że środowisko adaptacyjno-pragmatyczne jest główną grupą docelową z udziałem do 60 %, liberalno-intelektualne stanowi ok. 25 % ofert turystycznych, a społeczno-ekologiczne jest określone z ok. 15 % popytem. Segmentacja

grupy docelowej ma na celu wykorzystanie nowego – niewykorzystanego wcześniej – potencjału. W centrum uwagi znajdują się rozwijające się i przyszłościowe grupy docelowe.

Środowisko społeczno-ekologiczne przyswoiło sobie takie pojęcia jak "zrównoważony rozwój i spowolnienie". Ludzie należący do tego środowiska mają wyraźną świadomość ekologiczną i społeczną oraz bardzo normatywne wyobrażenie o "właściwym" życiu. Są krytyczni wobec społeczeństwa konsumpcyjnego i sceptyczni wobec globalizacji. Cenią poprawność polityczną, różnorodność, uważność i wielokulturowość. Są ostrożni lub sceptyczni wobec mediów, a zwłaszcza mediów społecznościowych. Istnieje wyraźne zainteresowanie zrównoważonym, powiązanym z przyrodą oraz aktywnym podróżowaniem.

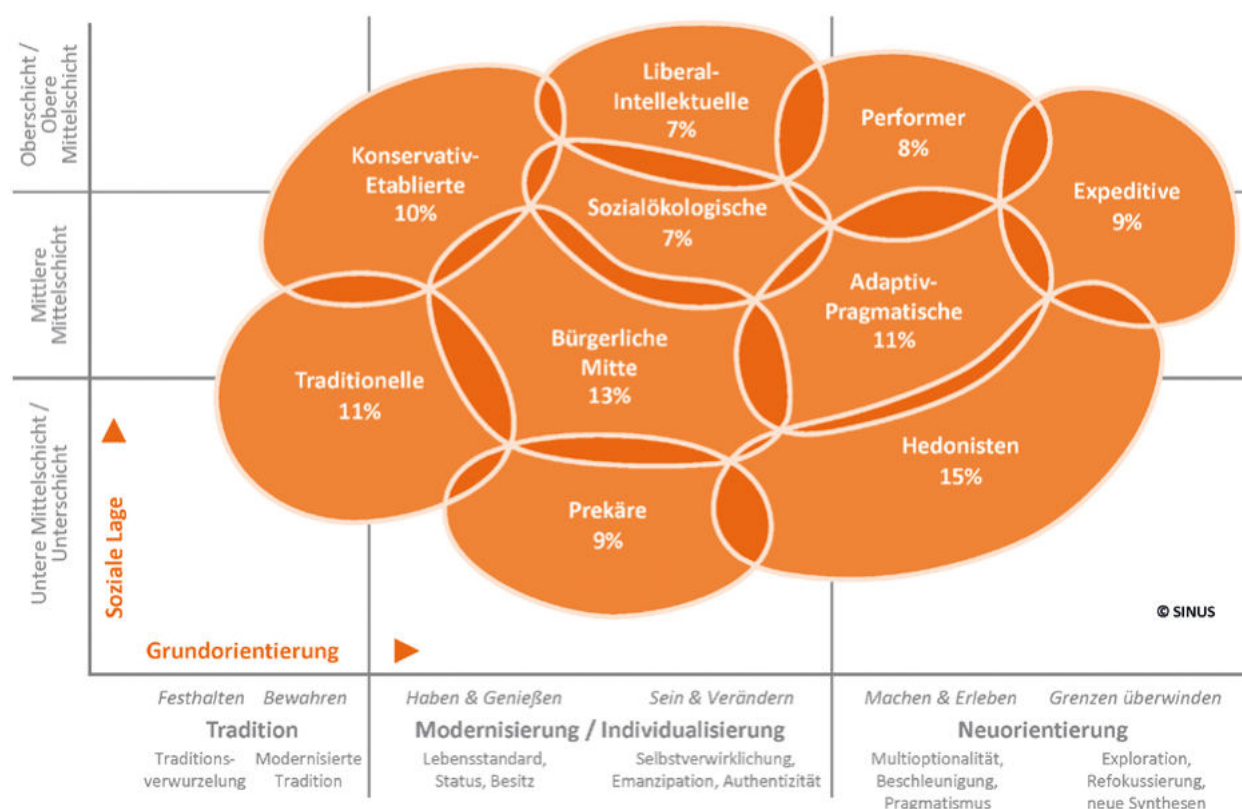
Środowisko adaptacyjno – pragmatyczne (ADA) to młodzi ludzie, nowocześni, aktywni, nastawieni na rodzinę i zabawę – klasa średnia jutra lub młoda, cyfrowa obecna klasa średnia. Na poniższym wykresie środowisko ADA jest umieszczone w centrum i dlatego pokrywa się z wieloma innymi kierunkami. Jest to środowisko, które się rozwija. Ludzie dokładnie przeszukują Internet w poszukiwaniu opinii na forach oraz ofert specjalnych. Poszukiwane są oferty przyjazne rodzinom i urlopy w czasie ferii szkolnych. Dużą popularnością cieszą się apartamenty wakacyjne, 3-gwiazdkowe hotele, a nawet campingi.

SINUS:

Sinus Milieus Deutschland
Autor: SINUS Markt- und Sozialforschung GmbH

Die Sinus-Milieus® in Deutschland

Soziale Lage und Grundorientierung





kostenloses Exemplar Eggemplarz bezpłatny

Impressum Stopka redakcyjna

Herausgeber | Wydawca:

Marketing-Gesellschaft Oberlausitz-Niederschlesien mbH
Humboldtstraße 25 | D-02625 Bautzen

Idee und Umsetzung: Christoph Pilz und Philipp Witschas
Pomysł i realizacja: Christoph Pilz oraz Philipp Witschas

Realisierung | Realizacja: Ö GRAFIK

Exemplare | Kopie: 30

Erscheinungsdatum | Data publikacji: Mai 2021 | Maj 2021

Für den Inhalt dieser Publikation sind ausschließlich deren Autoren verantwortlich. Die in dieser Veröffentlichung zum Ausdruck gebrachten Ansichten dürfen keinesfalls dahingehend interpretiert werden, dass sie die offizielle Meinung der Europäischen Union widerspiegeln.

Wyłącznie odpowiedzialność za treść niniejszej publikacji ponoszą jej autorzy. Poglądy wyrażone w niniejszej publikacji nie powinny być w żaden sposób interpretowane jako odzwierciedlające oficjalne stanowisko Unii Europejskiej.