

FREIZEIT & TOURISMUS IN DER EUROREGION NEISSE

HERBERT OBERSTE-LEHN · GÖRLITZ

Qualitätstourismus und Zusammenarbeit in der Euroregion Neiße

1. Die Region

Zunächst soll die Euroregion noch einmal umrissen werden um die Lage der Region, die beispielhaft betrachtet wird, präsent zu haben: „Die Region umfaßt das Territorium am Ländereck der Bundesrepublik Deutschland, der Tschechischen Republik und der Republik Polen mit den Teilgebieten Oberlausitz/Niederschlesien, Nordböhmen und in etwa die Wojewodschaft Jelenia Ga in Westpolen ... Der deutsche Teil nimmt 24% der Fläche des Bundeslandes Sachsen ein, die mittlere Entfernung zur Landeshauptstadt Dresden beträgt ca. 75 km. Innerhalb Tschechiens entspricht der Anteil des tschechischen Teilgebietes 5%. Prag liegt etwa 100 km entfernt. Die Wojewodschaft Jelenia Gra belegt in Polen eine Fläche von 1,4%. Das nächstgelegene Zentrum ist mit einem Abstand von ebenfalls 100 km Wroclaw.“¹

Als Hauptprobleme mit einem Handlungsbedarf im Tourismus werden u. a. geschildert: „Die Wiederherstellung und Ergänzung der vorhandenen Verkehrswege (Schiene, Straße, Luftfahrt) und in der Vergangenheit unterbrochenen Verkehrsverbindungen ist eine der entscheidendsten Bedingungen für den wirtschaftlichen und sozialen Aufschwung. Besonders dringend für die Region ist der Ausbau der Verkehrsverbindung Liberec – Zittau ... Naherholung und Tourismus sind für die lebenden Menschen und ihre Gäste zur Erhöhung der Lebensqualität grenzüberschreitend zu entwickeln. Die Landschaft am Dreiländereck sowie ihre kulturhistorischen Werte und der aufgezwungene Strukturwandel in Industrie und Landwirtschaft erfordern die verstärkte Nutzung des Tourismus als wirtschaftlichen Faktor.“²

2. Der Eurotourismus als Qualitätstourismus

Ein funktionabler Eurotourismus, der Qualitätsansprüchen genügt, ist nur über die Zusammenarbeit in den Euroregionen (eine Idee, die sich grundsätzlich bewährt hat, MAZURSKI), die sich als gemeinsam zu vermarktende Tourismusregionen verstehen, zu erreichen. Um dieses Ziel konsequent verfolgen zu können, muß eine europäische Grundhaltung („Tourismusgesinnung“, BAIER), die dem föderalistischem Prinzip folgend ein Europa der Regionen („Drei Länder aber nur eine

¹ Euroregion Neiße – Nisa – Nysa, (Hrsg.), Geschichte, Entwicklung, Vision 1991 – 1996, Liberec, 1996, S. 3.

² Ebenda, S. 7.

Region“, OPASCHOWSKI) will, vorhanden sein. Das bedeutet weg von der eigenständigen nationalstaatlichen Orientierung hin zu einer **gemeinsamen** Tourismuspolitik. So lange die einzelnen Länder eigene Tourismusdestinationen entwickeln, die sich in falschem Konkurrenzdenken (im Sinne: das Geschäft möglichst allein betreiben zu wollen und dem anderen die Kunden weg zu nehmen) zu anderen Destinationen in der Region verstehen, wird es keinen gemeinsamen „Binnenmarkt“ geben. „So sind zum Beispiel Konkurrenten von Paris als Tourismusmetropole nicht etwa Marseille oder Lyon, sondern London, Rom und Wien.“³

Entsprechend für die Euroregion Neiße wären nicht Görlitz, Jelenia Góra oder Liberec Konkurrenten, sondern die Städte in anderen Euroregionen. Ich glaube nicht mehr daran, daß die nationalstaatliche Tourismusedwicklung erforderlich ist (RAPAZC will z. B. nur ein Bündnis und sich ansonsten von dem deutschen und tschechischen Teil der Euroregion deutlich abheben), damit man dies als Stärke in den gemeinsamen Markt einbringen kann. Dem widerspricht die Globalisierung (auf die ich später noch eingehen werde), die aber fast nur negativ gesehen wird und herangezogen wird, wenn es gilt (Pseudo-)Gründe für das eingene Versagen zu finden. Wenn man den Eurotourismus will, muß man **jetzt** beginnen einen **gemeinsamen**, regionalen Binnenmarkt aufzubauen. „Die Zukunft Europas hängt in ganz entscheidendem Maße davon ab, inwieweit es gelingen wird, die Akzeptanz der Europäer für die jetzt anstehenden Integrationsschritte zu gewinnen.“⁴

Die Zusammenarbeit in Euroregionen in direkte Verbindung mit dem Qualitätstourismus zu bringen, vereint zwei Ideen:

1. **Euroregionen als Tourismusdestinationen zu betrachten und ein Europa der Regionen statt der Nationen zu entwickeln.**
2. **Die Qualitätsentwicklung für den Tourismus als bestimmenden Faktor für die Branche zu erkennen, um neue Märkte erschließen zu können.**

Der Direktor des Instituts für Tourismus und Verkehrswirtschaft an der Universität St. Gallen, Thomas Bieger sagt zum Qualitätstourismus: „Der Gast erwartet eine integrierte Dienstleistungskette. Aus der Sicht des Gastes ist nicht das Angebot eines einzelnen Hotels, einer einzelnen Bergbahn oder eines Detailhändlers entscheidend, sondern die Kombination und die abgestimmte Kette dieser verschiedenen Teillösungen in einem bestimmten Raum, der touristischen Destination.“⁵

Felizitas Romeiß-Stracke hat highlights für den Qualitätstourismus entwickelt und „Fünf Strategien für die Qualitätsoffensive im deutschen Tourismus (entwickelt, d.V.):

1. Die öffentliche und politische Akzeptanz des Tourismus als Wirtschaftsfaktor und Lebensbereiche stärken!

³ Kaspar, C., Würzl, A., Schweizerisches Programm für den Tourismus in den mitteleuropäischen Reformstaaten, Musterkonzept für die lokale und regionale Entwicklung des Tourismus, St. Gallen, 1994, S. 12.

⁴ Henschel, T.R., Rappenglück, S., Jugend und Europa, in: Arbeitskreis deutscher Bildungsstätten, (Hrsg.), Außer-schulische Bildung, Heft 2/97, Bonn, 1997, S. 176.

⁵ Bieger, T., Laesser, C., Der Gast erwartet eine integrierte Dienstleistungskette, in: Management und Qualität, Nr. 7/8 Juli 1997, Olten, 1997, S. 46, Siehe dazu auch: Bieger, T., Management von Destinationen und Tourismusorganisationen, München, 1997.

2. Das Wissen über die Touristen mehrern, zentralisieren und umsetzen!
3. Den **regionalwirtschaftlichen** Stellenwert des Tourismus richtig einschätzen!
4. Den Fremdenverkehr auf allen Ebenen **politisch entflechten!**
5. Kooperation fördern und institutionalisieren!“ (Hervorhebungen durch den Verfasser)⁶

Christian Blümelhuber sagt: „Wer die Qualität seiner Dienstleistungen verbessern will, muß radikal umdenken: In einem kundenorientierten Betrieb warten völlig neue Aufgaben und Positionen auf Mitarbeiter und Führungskräfte. Erfolgreich werden aber nur die sein, die das Prinzip Service voll und ganz verinnerlichen und leben.“⁷

Der Autor entwickelt dann fünf bemerkenswerte Thesen:

1. „Kundenorientierung zahlt sich aus.
2. Die Kundenorientierung ist verbesserungsfähig.
3. Qualität und Zufriedenheit sind immer subjektiv. Dabei ist nicht entscheidend, ob hohe oder niedrige sondern ob die „richtige“ Qualität geboten wird.
4. Falsche Vorstellungen von den Wünschen und Erwartungen der Kunden, nicht angemessene Leistungsstandards und mangelnde Kommunikation sind die Hauptursachen für Unzufriedenheit und schlechte Qualität.
5. Service ist die Aufgabe ALLER.“⁸

Heinz Rico Scherrieb zieht kritische Konsequenzen für die Tourismuswissenschaft: „Da die Touristikwissenschaft als „ganzheitliche Wissenschaft“ nicht existiert, sondern in den verschiedenen tradierten Wissenschaftszweigen sich lediglich als Spezialgebiet innerhalb der Fachbereiche profilieren konnte, ist auch der Urlaub als „ganzheitlicher Prozess“ nie erforscht worden. Die Ausrichtung auf die Wünsche und Bedürfnisse des Kunden in den nächsten Jahren und die Positionierung des Clienting als zentrale Strategie im gesamten Dienstleistungsspektrum der Tourismusindustrie bedarf neuer, auch wissenschaftlicher Ansätze.“⁹

3. Die Aufgaben der Euroregion Neiße

Die Euroregion Neiße hat als grenzüberschreitendes Kooperationssystem den Auftrag, durch ihre Aktivitäten die Lebensqualität und Attraktivität der Grenzregion zwischen den Ländern Deutschland, Polen und Tschechien zu verbessern. Dazu gehört die Förderung des Tourismus. Zumal es in der Region durch das Wegbrechen ganzer Industriezweige einer wirtschaftlichen Kompensation bedarf und diese sich z.Zz. nur über den Dienstleistungssektor erbringen läßt. Der Tourismus schafft

⁶ Romeiß-Stracke, F., Service-Qualität im Tourismus, Grundsätze und Gebrauchsanweisung für die touristische Praxis, München, 1995, S. 110

⁷ Blümelhuber, C., Auf den Kopf gestellt, in: Touristik Management, Heft 9, München, 1997, S. 46

⁸ Ebenda, S. 46ff.

⁹ Scherrieb, H. R., Welchen Stellenwert hat das Clienting im Qualitätsmanagement?, in: Internationale Vereinigung wissenschaftlicher Fremdenverkehrsexperten (AIEST), Hrsg., Qualitätsmanagement im Tourismus, St. Gallen, 1997, S. 114f.

Existenzen und Arbeitsplätze und ist ein Dienstleistungszweig mit Zukunft. In Sachsen ist er die Wirtschaftskraft Nr. 1.¹⁰ Die Industrie- und Handelskammern fordern daher völlig zurecht ein gemeinsames Tourismusleitbild für Sachsen. Der deutsche Teil der Region muß sich dazu positionieren. Bisher hat eine gewisse „Schlesiertümelei“ dazu geführt, sich als etwas „Besonderes“ in Sachsen zu fühlen, was das Ergebnis brachte, daß der Freistaat auf Distanz gegangen ist. Schlesische Kultur in Sachsen zu transportieren wäre vorteilhaft, sich abzusondern aber nicht. Und so bringt es nichts, sich mit dem Zugenbrecher Oberlausitz/Niederschlesien darzustellen, sondern es wäre angebrachter sich in das sächsische Konzert mit der „Sächsischen Oberlausitz“ einzufügen. Vor allem muß die Region sich als Euroregion in die sächsische Tourismuschiene einbringen.

Die Themen die in der Euroregion Neiße anstehen sind:

- neue Formen grenzüberschreitende Kooperation, da die Bestehenden politisch blockiert sind,
- eine interregionale Tourismus-Leitbildentwicklung
- Durchführung von Produktlinien-Analysen, als Basis für einen zu entwickelnden Qualitätstourismus nach den Standards der ökonomischen Ergiebigkeit, der ökologischen Vertretbarkeit und der sozialen Verträglichkeit,
- die Entwicklung gemeinsamer touristischer Informations- und Leitungssysteme, um die Produkte buchbar und zugänglich zu machen.

Diese müssen in globaler Betrachtungsweise des gesellschaftlichen Wandels in Europa und mit den neusten Erkenntnissen der Tourismuswirtschaft und -wissenschaft angegangen werden.

4. Die Globalisierungsprobleme

Heute ist die Globalisierung in aller Munde. Das darf aber nicht zur Ablenkung führen und die Probleme vor der Haustür, die genau im Rahmen der Globalisierung entstehen, müssen gesehen und behandelt werden.

„Die Globalisierung der Wirtschaft hat **die Internationalisierung der touristischen Nachfrage** verstärkt. In den letzten Jahren hat infolge der Integration von Schwellen- und Entwicklungsländern in die Weltwirtschaft auch im Tourismus **eine immense Markterweiterung** stattgefunden. **Neue Destinationen** sind aufgekommen. Sie drängen sich auf den Ranglisten des Welttourismus nach vorne. Bereits ist ein traditionelles Tourismusland wie die Schweiz von neuen asiatischen Konkurrenten wie Honkong und Singapur überholt worden. Obwohl die einzelnen Weltregionen unterschiedlich wachsen, da die neuen Destinationen höhere Wachstumsraten aufweisen, wird der Globalisierungsprozess in Zukunft auch neue Marktpotentiale für die traditionellen Tourismusländer schaffen. Der Tourismus soll **um die Jahrhundertwende zum wichtigsten Wirtschaftszweig der Welt werden.**“¹¹

¹⁰ Landesarbeitsgemeinschaft der Sächsischen Industrie und Handelskammern, (Hrsg.), Tourismus in Dachsen, Strategiepapier, o.O., 1997, S. 1.

¹¹ Keller, P., Globalisierung und Tourismus, in: Kaspar, C., (Hrsg.), Jahrbuch der Schweizerischen Tourismuswirtschaft 1996/97, St. Gallen, 1997, S. 119.

Thomas Bieger und Pietro Beritelli beschreiben die Wirkungen der Globalisierung auf Destinationen:

„Destinationen müssen ... als Unternehmen im internationalen Wettbewerb geführt werden. Sie müssen damit auch ihren Wertschöpfungsprozess in dem Sinne optimieren, daß die einzelnen Prozesse an verschiedenen Standorten kosten- und qualitäts-optimierend marktnah erbracht werden.“¹²

Die besonderen Bedingungen für die Globalisierung werden wie folgt beschrieben;

- „Durch die internationale Konkurrenz, verbunden mit den neuen Informationstechnologien, entsteht ein neues, fast vollkommenes Konkurrenzumfeld. Der entsprechende Kosten- und Leistungsdruck muß bewältigt werden.
- Um neue internationale Märkte zu erschließen, müssen die Kunden in die Destinationen gebracht werden.
- Die Leistungserstellung kann nur hinsichtlich eines Produktionsfaktors (durch Beizug ausländischer Arbeitskräfte) internationalisiert werden. Dem stehen in den meisten Ländern Restriktionen in Form von Arbeitsmarktregulierungen entgegen.
- Der Zwang zu überdurchschnittlichen Renditen erhöht sich mit zunehmender Internationalisierung, da die Kapitalmobilität zunimmt.
- Ein großes Differenzierungspotential bietet sich aufgrund der emotionalen Nachfrage an.“¹³

5. Die Tourismusförderung in der Euroregion

Es ist nicht sehr nützlich, ständig wehleidig die Probleme des Tourismusstandortes Deutschland zu beklagen. Es kann mit dem Tourismusstandort Deutschland auch nicht so problematisch sein, wenn es möglich ist, touristische Planungen im Ausland stattfinden zu lassen (z. B. Karl-May-Park-Projekt in der Oberlausitz/Niederschlesien). Über die verschleuderten Expertisen in Millionenhöhe, die in den Schubladen von Politik und Verwaltung lagern, wollen wir schon gar nicht mehr reden, obwohl hier noch kein Ende abzusehen ist. Die Industrie- und Handelskammern fordern sicherlich deshalb nicht ohne Grund: „Mit einer ressortübergreifenden Zusammenarbeit von Politik und Verwaltung können bei Nutzung der Synergieeffekte die finanziellen Mittel für den weiteren Ausbau der Tourismuswirtschaft effizienter genutzt werden. Konsequenterweise ist eine klare Kompetenzabgrenzung in Politik und Verwaltung und in den Strukturen der Tourismusorganisationen Voraussetzung für deren erfolgreiche Abstimmung und Zusammenarbeit.“¹⁴ Die geforderte Kooperation mit den Tourismuslehrstühlen an den Hochschulen scheinen Einbahnstraßen zu sein. Öffentlich fordert man sie zur Hilfe auf, schließt Kooperationsverträge und läßt dann die Zusammenarbeit einfach nicht stattfinden. Viele Unternehmen

¹² Bieger, T., Beritelli, P., Anpassung von Destinationsstrategien an die Globalisierung: Erfolgsfaktoren und Hemmnisse für den strategischen Wandel, in: Internationale Vereinigung wissenschaftlicher Fremdenverkehrsexperten (AIEST), Hrsg., Globalisierung und Tourismus, St. Gallen, 1996, S. 430.

¹³ Ebenda, S. 431.

¹⁴ Ebenda, S. 5.

schätzen die Hochschulen wegen der Unabhängigkeit und Preisgünstigkeit ihrer Untersuchungen. Ich kann mich insgesamt gesehen des Eindrucks nicht entwehren, wenn es keine europäischen Mittel für diese Arbeit gäbe, würde in der Euroregion Neiße gar nichts geschehen. Das Interreg-II-Programm nach Verteilungskriterien des Sächsischen Staatsministeriums für Wirtschaft und Arbeit sieht auch gerade grenzüberschreitende Aktivitäten vor.

Die Handlungsfelder und Maßnahmen für den Tourismus werden so beschrieben:

„Attraktive Landschaften diesseits und jenseits der Grenze und ein vielfältiges kulturelles Angebot sind ein bedeutendes Potential für die Entwicklung des Tourismus und die verschiedensten Freizeit- und Erholungsaktivitäten im Grenzgebiet. Durch den Rückgang der Beschäftigten im primären und sekundären Sektor und das dadurch entstandenen Beschäftigungsdefizit stellt der Tourismus eine wichtige alternative Erwerbsquelle dar.

Damit der Tourismus jedoch positive Entwicklungsimpulse auslösen kann, ist es erforderlich, die infrastrukturellen Voraussetzungen zu schaffen und die Regionen entsprechend zu vermarkten. Dies gilt insbesondere in Hinblick auf die **grenzüberschreitende Zusammenarbeit**, die sich im Tourismusbereich noch im Anfangsstadium befindet und ausgebaut werden muß.

Besonders zu unterstützen sind Möglichkeiten des „sanften“ Tourismus. Maßnahmen zur Erhaltung bzw. Wiederherstellung der grenzüberschreitenden Legensräume tragen zur Erhöhung der touristischen Attraktivität bei.

Zu den Maßnahmen, die über INTERREG II gefördert werden sollen, zählen u. a.

- Schaffung und Restrukturierung von Kur- und Landschaftsanlagen;
- Schaffung und Erhaltung regionaltypischer Fremdenverkehrsanlagen und -einrichtungen (z. B. Freilandmuseum Umgebinderhäuser);
- Schaffung und Vernetzung grenzüberschreitender Wander-, Radwander- und Wasserwanderwegnetze (Neiße, Obere Spree);
- Ausbau deutsch-tschechischer Wander- und Freizeitgebiete (z. B. Gebiet um den Auersberg);
- Koordinierung und Umsetzung von Schutzmaßnahmen im geplanten Naturpark „Westerzgebirge/Vogtland“, im sächsisch-böhmischen Erzgebirge und in der Lausitz zur Entwicklung des Tourismus (z. B. Biotop- und Landschaftspflegemaßnahmen);
- Anschluß an Informations- und Buchungssysteme (Info-Sax und TOURBU);
- Schaffung oder Erhaltung von Freizeiteinrichtungen (z. B. Westpark in Zittau mit Drei-Länder-Begegnungspunkt an der Mandau, Haus des Gastes mit Musikinstrumentenschauwerkstatt in Klingenthal, Freizeitpark im Gebiet Forellenschänke Sebnitz, Jugendstilbad Görlitz);
- **grenzüberschreitende Tourismus- und Marketingkonzepte**;
- Koordinierung der gemeinsamen Teilnahme an Messen und Präsentationen;
- **grenzüberschreitender Erfahrungsaustausch zum Fremdenverkehr**, z. B. im Begegnungszentrum Marienthal oder in der Bäderakademie Bad Elster hinsichtlich Fragen zum Kur- und Bäderwesen unter touristischen Aspekten;
- Herstellung und Verbreitung von mehrsprachigen Informationsmaterialien und Werbemitteln für **grenzüberschreitende Angebote** ...

Schaffung von Dauerarbeitsplätzen durch eine Erhöhung der Übernachtungszahlen um 2% und eine Verlängerung der Aufenthaltsdauer um 1,5 Tage. Verbesserung der Lebensqualität durch Erhöhung des Angebots an Freizeit- und Erholungsmöglichkeiten und Verbesserung der Natur und Landschaft für die Entwicklung des Tourismus.

Im einzelnen Unterstützungen von ca. 15 Maßnahmen zur Verbesserung der Fremdenverkehrsinfrastruktur und von ca. 5 Maßnahmen zum Ausbau grenzüberschreitender Kontakte.“ (Hervorhebungen durch den Verfasser)¹⁵

Diesem anspruchsvollen Leistungskatalog folgt ein relativ schmales Ergebnisprotokoll dessen was aus diesem Programm in der Euroregion Neiße umgesetzt worden ist:

- Herausgabe einer Landkarte „Euroregion durch den Euroverlag
- gemeinsame Seminare zu Fragen der Tourismusentwicklung, Marketing, Produktgestaltung u. a. Themen '92/93/94/95/96
- gemeinsamer Messestand auf der Internationalen Tourismusmesse in Brno '93 und „Brno GO 92“
- jährliche Durchführung der Görlitzer Tourismusbörse
- Erarbeitung eines grenzüberschreitenden Wanderführers 1994
- Vorbereitung eines gemeinsamen Übernachtungsverzeichnisses
- Verhandlung zur Eröffnung weiterer touristischer Grenzübergänge im Iser- und Riesengebirge“¹⁶

Hinzu kommen noch 18 geförderte Sportveranstaltungen.

Es ist nun dringend an der Zeit, **sofort** darüber nachzudenken, wie grenzüberschreitende Aktivitäten zu einem nachhaltigen Tourismus führen, der alle Attribute unserer Branche vereint, in die Wege geleitet werden können:

Ein Tourismus, der es möglich macht, ökonomisch ergiebig, ökologisch vertretbar und sozial verträglich zum gegenseitigen Nutzen der Quell- und Zielländer und der Reisenden und Bereisten tätig zu werden.¹⁷

Um dies realisieren zu können bedarf es der Produktlinienanalyse:

- **Die Produktlinienanalyse setzt bei Produkten** an und untersucht dabei auch, inwieweit Produkte **Bedürfnisse befriedigen** können.
- Die Produktlinienanalyse untersucht den **Lebenszyklus** eines Produkts, der die Rohstoffgewinnung, den eigentlichen Herstellungsprozeß, den Transport und den Vertrieb, den Konsum sowie einschließlich die Beseitigung umfaßt.
- Die Produktlinienanalyse erfaßt die Folgen eines Produktes über seinen jeweiligen Lebenszyklus für **Natur, Gesellschaft und Wirtschaft.**

¹⁵ Sächsisches Staatsministerium für Wirtschaft und Arbeit, (Hrsg.), Interreg II-Programm zur Förderung **grenzüberschreitender** Projekte mit der Republik Polen und der Tschechischen Republik im Freistaat Sachsen 1995–1999, Dresden, 1995, S. 19f.

¹⁶ Euroregion Neiße, a. a. O., S. 21.

¹⁷ Siehe dazu: Becker, C., Nachhaltige Regionalentwicklung mit Tourismus: Ergebnisse aus dem Forschungsschwerpunkt des deutschsprachigen „Arbeitskreises Freizeit- und Fremdenverkehrsgeographie“, in: Zeitschrift für Fremdenverkehr 1/1997, St. Gallen, 1997, S. 19ff.

- Die Produktlinienanalyse geht über die Geldebene hinaus, indem auch Aspekte berücksichtigt werden, die nicht in Geld(einheiten) bewertbar sind bzw. bewertet werden sollen.
- Die Produktlinienanalyse will den notwendigen gesellschaftlichen Bewertungsprozeß nicht durch eigene formalisierte Aggregations- und Bewertungsverfahren ersetzen, wie dies etwa bei Umweltverträglichkeitsprüfungen und Technologiefolgenabschätzungen der Fall ist, sondern sie stellt ihre Untersuchungsergebnisse bewußt **mehrdimensional** dar.“¹⁸

Die Durchführung der Produktlinienanalyse schafft die Basis für ein dann zu entwickelndes Tourismusleitbild in der Euroregion Neiße.

Hierzu sollte erneut eine Tourismuskonferenz veranstaltet werden, um eine gemeinsame Grundlage für das Herangehen an ein Leitbild zu verabschieden. Wichtig erscheinen mir die Ideen des Leiters des EUROTOUR-ZENTRUMS Görlitz, Wolfgang Michel, des Mentors der Görlitzer Touristikbörse, zur Entwicklung eines Tourismusleitbildes in der Euroregion Neiße.

6. Die Zielsetzung einer erneuten Tourismuskonferenz Euroregion Neiße

„Auf der Grundlage der bisherigen touristischen Zusammenarbeit in der Euroregion ergibt sich die dringende Notwendigkeit, die zukünftige touristische Entwicklung konzeptionell zu untersetzen. Die Gestaltung des touristischen Produktes Euroregion erfordert eine konkret abgestimmte, langfristige Aufgabenstellung für die Partner aller drei Länder.

Insbesondere die naturräumlichen Gegebenheiten der Euroregion Neiße sind touristisch außerordentlich attraktiv (Iser- und Riesengebirge, Zittauer Gebirge und Oberlausitzer Bergland, Heide- und Teichlandschaft, Thermalquelle etc.).

In Verbindung mit den kulturhistorischen Sehenswürdigkeiten (Städte, Burgen, Schlösser, Klöster, Volksbauweise etc.) eingedenk der wechselvollen Gebietsgeschichte und letztlich der aktuellen geopolitischen Situation (verschiedene Kulturen, Sprachen, Lebensgewohnheiten, sorbische Minderheit, Preisniveaus) ergibt sich in einem Gebiet von ca. 15.000 km² ein einzigartiges Potential. Die relative Nähe zu Prag, Breslau und Dresden für Interessenten aus z. B. Übersee, wirkt weiterhin begünstigend.

Die Marktchancen für die touristischen Anbieter werden sich durch eine gemeinsame Vermarktung wesentlich erhöhen. Eine gemeinsame Strategie ist einerseits notwendig für eine Erhöhung der Attraktivität der gesamten Region, schließt aber andererseits den Wettbewerb nicht aus. Primär wichtig ist dabei, daß für o. g. „Ansatz“ eine breite regionale grenzüberschreitende Mehrheit erreicht wird.

Auf dieser Grundlage muß ein zeitgemäßes „touristisches Leitbild“ entwickelt werden, das einerseits auf den jeweiligen lokalen bzw. thematischen Stärken beruht, an-

¹⁸ Projektgruppe Ökologische Wirtschaft, (Hrsg.), Produktlinienanalyse, Bedürfnisse, Produkte und ihre Folgen, Köln, 1987, S. 9f.

dererseits den Ausgleich zwischen legitimen Einzel- und gemeinsamen Interessen erreicht. Insbesondere bezüglich letztgenanntem stellen sich folgende Aufgaben:

- konsequente aufeinander abgestimmte Entwicklung der touristischen Infrastruktur, (Grenzübergänge, Wander-, Rad- und Reitwege, Loipen und Skigebiete) vor allem, gemäß den naturräumlichen Gegebenheiten in grenzüberschreitender Gestaltung;
- grenzüberschreitende Wegweisung/Beschilderung einschließlich des Aufstellens von mehrsprachigen Infotafeln;
- Schaffung grenzüberschreitender Produkte, (Unterbringung in einem Land unter Einbeziehung von Programmelementen aus den weiteren Ländern, eingeschlossen abgestimmter kultureller Angebote);
- gemeinsame allgemeine Vermarktung und Außenwerbung, die auf die gesamte Region abzielt; dabei kann sich Außenwerbung nicht nur auf deutsche und englische Sprachversionen zu beschränken;
- Maßnahmen zur Steigerung der inneren Nachfrage durch Berücksichtigung der Lebensgewohnheiten und Sprachen der Anzusprechenden (Information, Berücksichtigung von Ferien-/Feiertagen, sonstigen relevanten Zeiten, Eß- und Trinkgewohnheiten);
- Schaffung von Möglichkeiten grenzüberschreitender Buchungen;
- internationalen Maßstäben entsprechende Befähigung in der Tourismuswirtschaft Beschäftigter (Service, Sprachen).¹⁹

Die politischen und touristischen Entscheidungsträger wollen anscheinend nach wie vor keine touristische interregionale Veranstaltung, da nützen auch beschwörende Formulierungen nichts:

„Eine wichtige Entscheidung war das Bekenntnis ... eine weitere politische Veranstaltung durchzuführen. Dazu sollte federführend durch die Euroregion Neiße und seiner Einrichtungen (Eurobüro) eine protokollarische Veranstaltung stattfinden mit dem Ziel, die Politiker zur Erarbeitung eines touristisch grenzüberschreitenden Leitbildes zu bewegen und damit ausgewählte Aufgaben und Ziele für eine weitere touristische Entwicklung in der Euroregion Neiße zu sichern.“²⁰

Nunmehr erklärt die „deutsche Seite“: „Die Durchführung der Konferenz der Euroregion Neiße hängt im Wesentlichen von der Entscheidung der polnischen und tschechischen Partner ab.“²¹ Diese entschieden dann am 9. September 1997, daß **nur** eine „Fachtagung zur weiteren Entwicklung des Tourismus in der Euroregion Neiße“ stattfinden soll.

Damit ist das grenzüberschreitende Leitbild vom Tisch und man kann auf nationalstaatlicher Ebene weitermachen. Angesichts dieser Entwicklung wirken die Erklärungen des Sächsischen Ministerpräsidenten Dr. Kurt Biedenkopf fast revolutionär:

¹⁹ Arbeitsmaterial Tourismuskonferenz EUROREGION Neiße aus Anlaß der 7. Touristikbörse Görlitz 97, o. O., o. J.

²⁰ Protokoll zur Beratung der Arbeitsgruppe Tourismusbörse Görlitz am 15.4.1997.

²¹ Protokoll zur Beratung der AG „Touristikbörse Görlitz“ am 6.8.1997.

12 Sächsische Zeitung Freitag, 5. September 1997

Neue Ideen braucht die Lausitz

Kurt Biedenkopf appellierte an Geduld und Phantasie in der Region

(hm). Der künftige EU-Beitritt von Polen und Tschechien sei sehr wichtig für die wirtschaftliche Entwicklung in der Oberlausitz. Diese Meinung vertrat Sachsens Ministerpräsident Kurt Biedenkopf während der CDU-Klausur in Görlitz. Jetzt habe die Region noch eine Randlage, aber das könnte sich „sehr bald ändern“. In Westeuropa habe es ähnliche Beispiele gegeben, so der Premier weiter. Die Ballungszentren strahlen immer mehr in das Umland aus. Bautzen, Löbau und Görlitz werden von der Nähe zu Wrocław (Breslau) profitieren.

Biedenkopf versprühte Hoffnung. Er glaube an die Menschen

Er wisse, daß mehrere Investoren sehr genau die Entwicklung an der deutsch-polnischen Grenzregion beobachten. Außerdem müßten Unternehmen gewonnen werden, die grenzüberschreitend tätig werden, betonte er. In Zittau würde es schon sehr gute Ansätze geben, und auch die Idee von Görlitz als Europastadt gefalle ihm sehr gut. Solche Projekte sollten gezielt gefördert werden. Aber auch Niesky und Weißwasser blieben langfristig nicht im Abseits. Durch die Weiterführung der Sa-

nierung der ehemaligen Braunkohleleergebau werden die Gebiete für eine interessante Nachnutzung vorbereitet. Biedenkopf appellierte an die Geduld der Lausitzer, aber auch an ihre Phantasie. Neue Ideen seien gefragt, und zwar in allen Bereichen des täglichen Lebens. Der wirtschaftliche Aufschwung komme nicht von heute auf morgen. VW in Mosel sei ein Einzelfall. Und auch in Dresden und Leipzig habe es Jahre gedauert, bevor man zu jetzigen Ergebnissen gelangt sei. Man müsse die östlichen Nachbarn als Herausforderung begreifen, dann könne man aus der Annäherung einen großen Gewinn erzielen. Erneut sprach sich Sachsens Ministerpräsident gegen ein Absenken der Ostförderung aus. Außerdem müßte auch die EU in Brüssel ihre Mittel gezielter als bisher einsetzen, um einen wirtschaftlichen Aufschwung in der strukturschwachen Oberlausitz zu erreichen.

Auch der wirtschaftspolitische Sprecher der SPD-Bundestagsfraktion, Ernst Schwanhold, kam nach einer Stippvisite in der Oberlausitz zu diesem Ergebnis. Der Bonner Politiker hatte auf Einladung der Bergbausanierung

und Landschaftsgestaltung Sachsen GmbH (BUL Sachsen) den ehemaligen Tagebau Ollbersdorf besucht. Doch im Gegensatz zu Biedenkopf sieht Schwanhold wettbewerbsverzerrende Elemente in der polnischen Wirtschaft. Kopfzerbrechen bereiten ihm die sogenannten Sonderwirtschaftszonen. Dort sollen vor allem deutsche Investoren angelockt werden. Und die Rechnung scheint aufzugehen: „Siehe Opel in Oberschlesien.“ Der SPD-Politiker vertrat die Meinung, daß die Randlage der Oberlausitz nicht zu Lasten der einheimischen Wirtschaft gehen dürfe. Deshalb wolle er sich in Bonn dafür einsetzen, daß mit Polen Annäherungsverträge geschlossen werden, um Wettbewerbsverzerrungen bis zum Eintritt in die EU schrittweise abzubauen. Auch für eine Weiterführung der Bergbausanierung über das Jahr 2002 wolle er sich einsetzen, denn die erreichten Ergebnisse hätten ihn tief beeindruckt, betonte Schwanhold. Um das Verständnis für die Region in Bonn zu wecken, sollten noch mehr Bundespolitiker „in diese schöne Landschaft“ eingeladen werden. Und darin waren sich sogar beide Berufspolitiker einig.

Ich glaube, erst wenn die touristischen Leistungsträger, erkennen, daß ein erfolgreiches und nachhaltiges Geschäft in der Zukunft **nur** in einem zu entwickelnden Euro-tourismus liegt (wie von KASPAR für die Euroregion Bodensee beschrieben), kann sich etwas verändern. Aber auch beim Konstanzer (Boden-)Seenachtsfest 1997 mußten die Besucher in Friedrichshafen (dem gegenüberliegenden Schweizer Ort) doppelten Eintritt bezahlen, weil man sich nicht zu einem gemeinsamen Fest durchringen konnte und ein Schweizer Ort am Bodensee wollte in diesem Sommer keine deutschen Gäste mehr aufnehmen, weil es sich „überfüllt“ fühlte. Also auch in anscheinend funktionierenden Euroregionen ergeben sich immer wieder Schwierigkeiten bei grenzüberschreitenden Aktivitäten. Wir sind weit entfernt von einem Europa der Bürger, die ein Europa „ohne Zäune“ (SWOBODA) denken, denn erst dann könnten wir sagen: „Die Zukunft der Europäischen Union hängt... nicht allein von den Politikern und Verhandlungsdelegationen und auch nicht von den Brüsseler Kommissionsbeamten ab.“²²

Der Tourismus wird sich nur dann zu einem nennenswerten Wirtschaftsfaktor entwickeln können, wenn die Gäste der Oberlausitz/Niederschlesien die geographische

²² Henschel, a. a. O., S. 176.

Nähe zu einmaligen Landschaften wie dem Isar- und Riesengebirge und Städten wie Prag und Wrocław grenzüberschreitend nutzen können. Ein solches Vorhaben ist plausibel und dringlich, wenn man bedenkt, daß einige die Region prägende Flächendenkmale ohnehin beiderseits der Oder/Neißegrenze liegen. Es bedarf einer freien Tourismuszone, die sich auch in einer „Europäischen Freihandelszone“ denken lassen muß, die immer wieder ins Gespräch gebracht wird. Die Politik der „verdeckten Hand“ in der Euroregion Neiße läßt aber nicht erkennen, ob die Idee realisierbar ist.

Um auf einer freien Ebene arbeiten zu können, hat sich eine interregionale Projektgruppe außerhalb aller Hierarchien gebildet, die allen Widrigkeiten zum Trotz Grundlagen für den grenzüberschreitenden Tourismus entwickeln will

7. Zum Forschungsprojekt „Grenzüberschreitende Tourismusedwicklung“

Das Tourismusprojekt „Grenzüberschreitende Tourismusedwicklung in der Euroregion Neiße“ wird z. Zt. von drei Hochschullehrern aus Jelenia Góra (MAZURSKI), Liberec-Usti (POSTOLKA) und Görlitz (OBERSTE-LEHN) mit Hilfe des Interregionalen Gewerkschaftsrates (IGR) betrieben. Der Interregionale Gewerkschaftsrat (die erste Gründung in einer Euroregion die über die Europäische Union hinausgeht) bot uns eine Arbeitsbasis auf der Grundlage seiner Vereinbarungen, die z. B. die „Koordination des Vorgehens bei der wirtschaftlichen Zusammenarbeit“ und die „Lösung der Problematik der Beschäftigung, der Mobilität der Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer“²³ vorsieht. Die Projektteilnehmer haben sich zunächst die Aufgabe gestellt, eine „Bibliografie“ der ihnen zugänglichen Literatur zu erstellen. Die wichtigsten Materialien sollten dann so aufbereitet werden, daß sie in allen drei Landessprachen vorliegen. Der grenzüberschreitende Freizeitmarkt sollte von und für alle Länder analysiert werden. Die Idee ist dann, mit studentischen Projektgruppen zu arbeiten und die Ergebnisse in Wissenschaft, Wirtschaft, Kultur und Politik weiterzutransportieren.

Anschrift des Verfassers: Prof. Dr. Herbert Oberste-Lehn, Hochschule für Technik, Wirtschaft und Sozialwesen, Zittau/Görlitz (FH), Studiengang Tourismus, Haus G III, Obermarkt 17, D-02826 Görlitz

Oberste-Lehn, H.: Qualitätstourismus und Zusammenarbeit in der Euroregion Neiße. In: SPEKTRUM FREIZEIT, 19. Jg., Heft 3/1997, S. 246

²³ Sonntag, B., Interregionale Gewerkschaftsarbeit – eine Antwort auf das Wohlstandsgefälle an Oder und Neiße, in: Evangelischer Pressedienst, (Hrsg.), Nachbarn an Oder und Neiße, Zu Chancen und Barrieren deutsch-polnischer Zusammenarbeit an der Grenze, epd-Dokumentation Nr. 10/95, Frankfurt/Main, 1995, S. 28.