

Presseinformation

Viertel nach Maß

Lübbenauer Stadtmarketing-AG will mehr Leben fürs Viertelkonzept

„Elf Viertel sind ein Ganzes“, so sehen es zumindest die Urheber des Lübbenauer Viertelkonzeptes. Vor zwölf Jahren wurde dieses von der Stadtmarketing-AG „Wir für Lübbenau“ auf den Weg gebracht. „Der Slogan hört sich zunächst etwas unlogisch an, macht die Sache jedoch interessant“, bekräftigt Hartmut Klauschk von der Stadt in einer neuen Diskussionsrunde zu dem Thema. Geführt wurde diese bei der jüngsten Sitzung der Stadtmarketingrunde.

Was zu damaliger Zeit präzise ausgearbeitet wurde, geriet ein wenig in Vergessenheit bzw. werde nicht in dem Maße gelebt, wie es angedacht war. Die Intention lag darin zu zeigen, wie vielfältig Lübbenau ist, eben nicht nur Kahnfahren und Gurken. Sehenswertes gibt es in der gesamten Stadt. Mit dem Viertelkonzept sollen die Gäste darauf aufmerksam gemacht, ein wenig gelenkt und eventuell sogar zu einer Verlängerung ihres Aufenthaltes bewegt werden.

„Nicht in allen Vierteln ist wirklich etwas los“, gibt Daniel Schmidgunst von der Spreewald-Touristinformation zu bedenken. Der wirkliche Nutzen des Konzeptes sowohl für Gäste als auch für Einheimische fehle bislang, beziehungsweise sei noch nicht richtig herausgestellt. Es gebe durchaus einige nennenswerte Angebote in den Vierteln, die sich in den vergangenen Jahren enorm entwickelt haben und die einen Ausflug lohnend machen. Dazu zählen das Spreewelten Bad und Hotel im Spreeweltenviertel sowie die sanierte Neustadt mit ihren teils außergewöhnlichen Bauprojekten. Mit Familien und Architekturinteressierten werden dabei verschiedene Nutzer angesprochen.

Dass das Viertelkonzept per se eine gute Sache ist, darüber war sich die Runde einig. Nur müsse wieder mehr Leben bzw. Verantwortung in das Projekt gesteckt werden. „Ein Viertelmanager müsste sich intensiv darum kümmern, denn keiner aus der Runde hat nebenbei so viel Zeit“, schlug Dr. Jürgen Othmer von der Lübbenaubrücke vor. Aktuell sei das Viertelkonzept nur ansatzweise im Internet zu finden. Um dies zu ändern, soll eine entsprechende Infoseite auf der

Lübbenauer Tourismus-Homepage ausgebaut werden. Die Mitglieder des Stadtmarketings und andere Leistungsträger könnten dann dahin verlinken. Auf den eigenen Unternehmens-Webseiten könnten sie darstellen, dass sie einem der elf Viertel zugehören. Das würde den Bekanntheitsgrad steigern. Um eine breite Identifikation zu erreichen, müsse das Konzept sowohl bei den Tourismus-Anbietern als auch bei den Einheimischen stärker in den Fokus gerückt werden. Auch sie müssen erleben, dass sie von der Kraft des Konzeptes profitieren.

Neue Ansätze tragen dazu bei. Die Spreewald-Touristinformation Lübbenau hat in diesem Jahr erstmalig eine geführte Radtour durch die Viertel aufgelegt, an der auch Lübbenauer teilnahmen. Der Stadtrundgang „30 Jahre, 30 Orte“ sowie die überall in der Stadt aufgestellten Kunstwerke lassen sich ebenfalls in das Viertelkonzept einordnen. Der eindeutige Bezug sei zu ergänzen. Spreewelten Bad und Hotel planen indes eine Schatzkarte durch die Viertel, insbesondere für Familien. Die Auflegung kleiner Familienwanderungen empfiehlt auch Steffen Franke vom Großen Hafen. „Nachdem unsere primäre Zielgruppe, die Senioren in diesem Jahr eher zögerlich Kahn gefahren ist, haben wir mehr Kinder wahrgenommen. Sie sind unsere Gäste von morgen. Darum sollten wir bei ihnen eine bleibende, positive Erinnerung hinterlassen“, so Steffen Franke. „Das Konzept braucht mehr Dynamik, die Viertel müssen erlebbar sein. Orte an denen etwas passiert, müssen herausgestellt werden“, befindet Michael Jakobs. Die anwesenden Teilnehmer der Arbeitsgruppe erklärten sich einverstanden, jeweils in dem Viertel, wo sie ansässig sind, Höhepunkte zusammenzutragen sowie zu überlegen, wie man diese dem Viertelkonzept zuordnen und in dessen Rahmen vermarkten könne.

Der Öffentlichkeit näher bringen wolle man auch eine neue Veranstaltungsreihe, die in den Sommermonaten getestet wurde: Zum „Chillen am Großen Hafen“ wurde dabei eingeladen. Gäste und Einwohner konnten in den frühen Abendstunden bei einem kühlen Getränk, zu lauschiger Musik einfach noch ein wenig entspannt draußen sitzen. Das fehle sonst in der Stadt. Die Gäste bemängeln die geschlossene Gastronomie nach dem Abendessen. „Aus gegebenem Anlass, zur Einhaltung der Abstandsregelungen haben wir die Veranstaltungen nicht großartig beworben“, erklärt Daniel Schmidgunst. Unter normalen Umständen wolle man es zukünftig aber tun. Damit die Veranstaltungsreihe überhaupt dauerhaft stattfinden kann, sei die Finanzierung zu klären. Als Veranstaltungsorte favorisierten die Mitglieder der Marketingrunde die Plätze am Großen und Kleinen Hafen sowie den Kirchplatz. Die anliegenden Gastronomen sollen einbezogen werden.

Bildinfos: Jüngste Sitzung der Stadtmarketing-AG | Viertelkarte zum Konzept „Elf Viertel sind ein Ganzes“

Bildrechte: Wir für Lübbenau

Bei Rückfragen wenden Sie sich bitte an:

Spreewald-Touristinformation Lübbenau e.V.

Daniel Schmidgunst (stellv. Geschäftsführer)

Ehm-Welk-Straße 15

03222 Lübbenau/Spreewald

Telefon: 03542 887040

E-Mail: schmidgunst@luebbenau-spreewald.com