

Elbland und Dresden werben gemeinsam um Touristen

Meißen, 23. März 2017 (tpr) – Künftig werden das Sächsische Elbland und die Landeshauptstadt Dresden als eine Reisedestination unter dem Markennamen „Dresden Elbland“ auftreten. Damit wollen sie für mehr Besucher aus dem In- und Ausland werben. Am Dienstag wurde die Vermarktungsstrategie der Presse sowie rund 200 Branchenvertretern der Tourismusindustrie präsentiert.

„Es wächst nun zusammen, was zusammen gehört. Zum Nutzen des Gastes, zum Nutzen der Tourismuswirtschaft, zum Nutzen von Dresden Elbland“, sagt Bert Wendsche, Präsident des Tourismusverbandes Sächsisches Elbland und Oberbürgermeister von Radebeul.

Das Elbland und die Landeshauptstadt sind ein gemeinsamer Kulturraum mit langer Tradition und beachtlichem Potential. Die Geschichte der Wettiner verbindet beide Regionen von Torgau über Meißen bis nach Dresden. Nun sind auch die Kerngebiete der sächsischen Weinkulturlandschaft touristisch wieder vereint. Die Sächsische Weinstraße von Diesbar-Seußlitz nach Pirna schließt schon längst Dresden mit ein. Gemeinsam können unter anderem die Meissener Porzellanmanufaktur und die Porzellanausstellung im Zwinger beworben werden, ebenso der Besuch des Verkehrsmuseums am Neumarkt mit einer Fahrt mit dem Lößnitzdackel und der Weißeritztalbahn.

Gemeinsam stärker im Tourismus

Dass sich die Partner noch stärker verbünden sollten, belegen außerdem die touristischen Kennzahlen. Gemeinsam mit Dresden erreicht das Elbland fast sechs Millionen Übernachtungen. Das sind über vier Millionen Übernachtungen mehr als die Region allein vorweisen kann.

„Die touristische Vermarktung unter dem Dach ‚Dresden Elbland‘ ist ein ganz wesentlicher Meilenstein für einen langfristigen Erfolg beider Partner. Der Wettbewerb der Destinationen steigt, der Trend der Bildung von größeren touristischen Einheiten folgt diesem. Touristen unterscheiden ohnehin nicht zwischen Dresden und dem wunderschönen Elbtal im Umland – sie sehen dies als ein Reiseziel. Wir werden diese neue, attraktive Destination konsequent in unsere Bewerbung zur Kulturhauptstadt 2025 einbinden“, sagt Annekatriin Klepsch, Beigeordnete für Kultur und Tourismus der Landeshauptstadt Dresden.

Höhere Wettbewerbsfähigkeit erreichen

Strategische Grundlage für das in mehreren Etappen vorbereitete Zusammengehen ist die vom Freistaat Sachsen verabschiedete „Tourismusstrategie Sachsen 2020“. Bis 2020 werden die Managementorganisationen der Destination ihre Reisegebiete zu wirtschaftlich tragfähigen und damit wettbewerbsfähigen Destinationen entwickeln. Der Freistaat unterstützt diesen Prozess langfristig und richtet seine Förderpolitik entsprechend aus. Die Mitglieder des Tourismusverbandes Sächsisches Elbland beschlossen das Konzept bereits im Jahr 2012.

Die gemeinsame touristische Vermarktung der Destination „Dresden Elbland“ hat nun begonnen, wird aber offiziell über einen Geschäftsbesorgungsvertrag mit dem Tourismusverband Sächsisches Elbland e.V. ab 2018 in die Verantwortung der Dresden Marketing GmbH (DMG) übergehen.

„Für einen langfristigen Erfolg brauchen wir die touristischen Leistungsträger sowie die Bürgerinnen und Bürger von Dresden und dem Sächsischen Elbland als positive Botschafter unserer gesamten Tourismusregion. Wenn wir die neue Gemeinschaft leben, können wir diese auch im In- und Ausland erfolgreich vermarkten. Wir sind Dresden Elbland“, sagt Dr. Bettina Bunge, Geschäftsführerin der DMG.

Eine harmonische Verbindung für eine starke Marke

„Beim Prozess der Markenentwicklung war uns wichtig, dass die Besonderheiten der Stadt Dresden und der Region Sächsisches Elbland auch im neuen Markennamen erkennbar sind. Somit war klar, dass zum starken Markennamen ‚Dresden‘ der bekannte Name für die umgebende Region hinzugesetzt werden sollte“, sagt Sindy Vogel, Geschäftsführerin des Tourismusverbandes Sächsisches Elbland. „Die neue touristische Destinationsmarke ‚Dresden Elbland‘ können wir auch wunderbar mit dem neuen Logo abbilden – der Spiegelung der Wörter ‚Dresden‘ und ‚Elbland‘ an einer horizontalen Linie, welche wiederum die Elbe als das verbindende Element andeutet.“ ■

Bilder im Anhang:

Copyright Logos: Tourismusverband Sächsisches Elbland e.V.

Freude zum Start. Touristische Vermarktung der gemeinsamen Destination „Dresden Elbland“. vlnr: Bert Wendsche, Vorstandsvorsitzender Tourismusverband Sächsisches Elbland e.V. und Oberbürgermeister von Radebeul// Annetrin Klepsch, Beigeordnete für Kultur und Tourismus der Landeshauptstadt Dresden // Sindy Vogel, Geschäftsführerin Tourismusverband Sächsisches Elbland e.V. // Bettina Bunge, Geschäftsführerin der Dresden Marketing GmbH. Copyright: Dresden Marketing GmbH

Herausgeber:

Tourismusverband Sächsisches Elbland e.V.

Fabrikstraße 16, 01662 Meißen

T: +49 3521 76350

E-Mail: info@elbland.de

www.elbland.de

Pressekontakt:

Sindy Vogel

T: +49 3521 7635 21

E-Mail: sindy.vogel@elbland.de

Über Dresden Elbland:

Dresden Elbland bezeichnet das Gebiet beiderseits der Elbe zwischen Pirna und Torgau im Freistaat Sachsen. 850 Jahre Weinbautradition, fürstliche Kulturdenkmäler, die Wiege der europäischen Porzellanherstellung und Zeugnisse der Reformation bilden mit der malerischen Flusslandschaft der Elbe sowie urwüchsigen Mischwäldern und weitläufigen Teich- und Heidelandschaften ein reizvolles Ziel für anspruchsvolle Kultur- und entspannte Rad- und Wanderurlauber.

SACHSEN

**Gefördert durch den Freistaat Sachsen.**

Diese Maßnahme wird mitfinanziert durch Steuermittel auf der Grundlage des von den Abgeordneten des Sächsischen Landtages beschlossenen Haushaltes.