



Das wilde Herz der Lausitz

Wildnis als Markenkern der Regionalentwicklung Lieberoser Heide



Ziele, Konzepte, Gesellschafter

- Ziele
 - Verbindung von Naturschutz und Regionalentwicklung
 - Etablierung der Lieberoser Heide als touristische Destination
 - Umsetzung eines nachhaltigen Geschäftsmodells
- Konzeptionelle Grundlagen und erste Umsetzungen seit 2014

- Gesellschafter

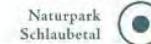
- Partner



Gemeinde
Schenkendöbern



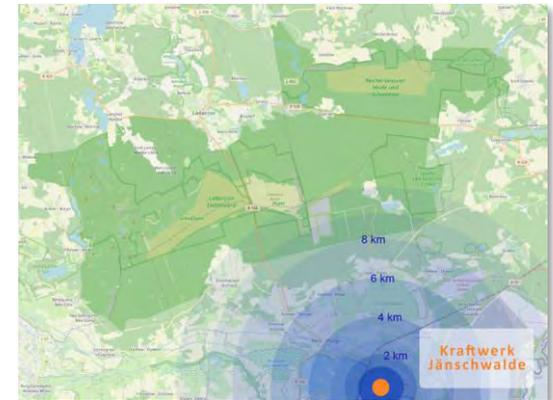
Amt Peitz



Förderverein Nationalpark
Lieberoser Heide

Strukturwandel: Das Wilde Herz der Lausitz

- Kernbetroffenheit der beteiligten Gebietskörperschaften beim Kohleausstieg
- Tagebau / Kraftwerk Jänschwalde unweit der „Naturwelt Lieberoser Heide“
- Ausgleich für hohe sozioökonomische Lasten schaffen



Grundlagen und Rückblick

- 2009 Masterplan Region Lieberose
- 2014 Erprobungs- und Entwicklungsvorhaben (E+E)
 - Konzeption für eine Internationale Naturausstellung (I.N.A.)
 - Umfangreiche Ausarbeitung mit diversen Maßnahmevorschlägen
- 2017 Gründung der I.N.A. Lieberoser Heide GmbH
 - Anschub und Umsetzung erster Projektideen

Weiterentwicklung: Einzelne Bausteine zu einem Gesamtvorhaben zusammenführen

Masterplan Region Lieberose

Abschlussbericht des diskursiven Planungsverfahrens



Stiftung
Naturlandschaften Brandenburg
Die Wildnisstiftung

Erprobungs- und Entwicklungsvorhaben
im Bereich Naturschutz und Landschaftspflege

„Entwicklung einer Internationalen Naturausstellung zur Erhaltung der biologischen Vielfalt am Beispiel der Lieberoser Heide“

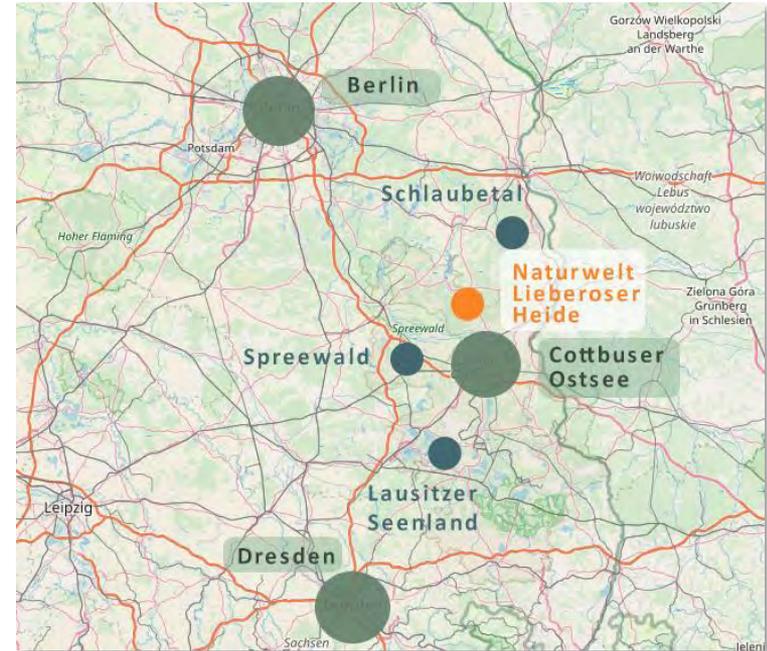
(Voruntersuchung)

Abschlussbericht
25.06.2014

Projekträger / Zuwendungsgeber:
Stiftung Naturlandschaften Brandenburg
Schlosshof 1, 15868 Lieberose

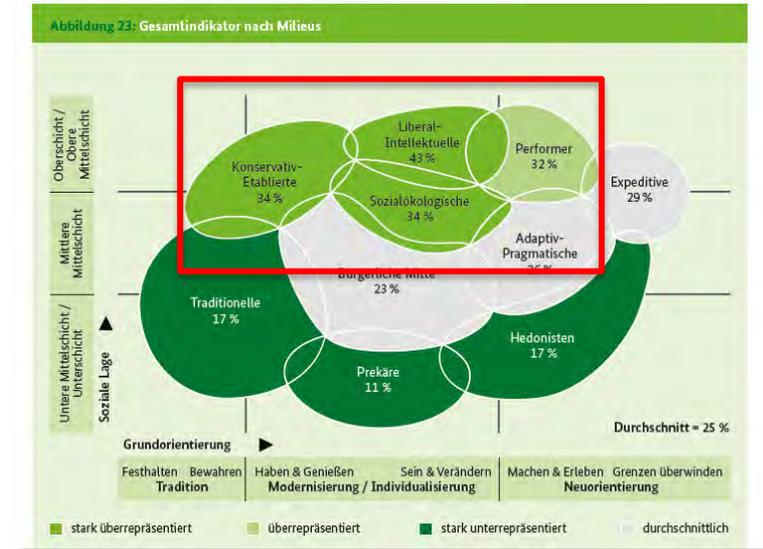
Zielstellungen für die Lieberoser Heide und die Region Lausitz

- **Touristische Entwicklung** für Tagesgäste und Kurzurlauber
- Standort-Marketing für Raum Cottbus
- Erhöhung Freizeitwert für die Bevölkerung
- **Erhöhung der Identifikation** der Bevölkerung mit der Region
- **Anstoß** für Innovation (Digitalisierung, Ökologisches Bauen)
- **Anstoß** für Privatinvestitionen (Gastro, Einzelhandel, Service)
- **Erhöhung Standortgunst** für Unternehmensansiedlungen



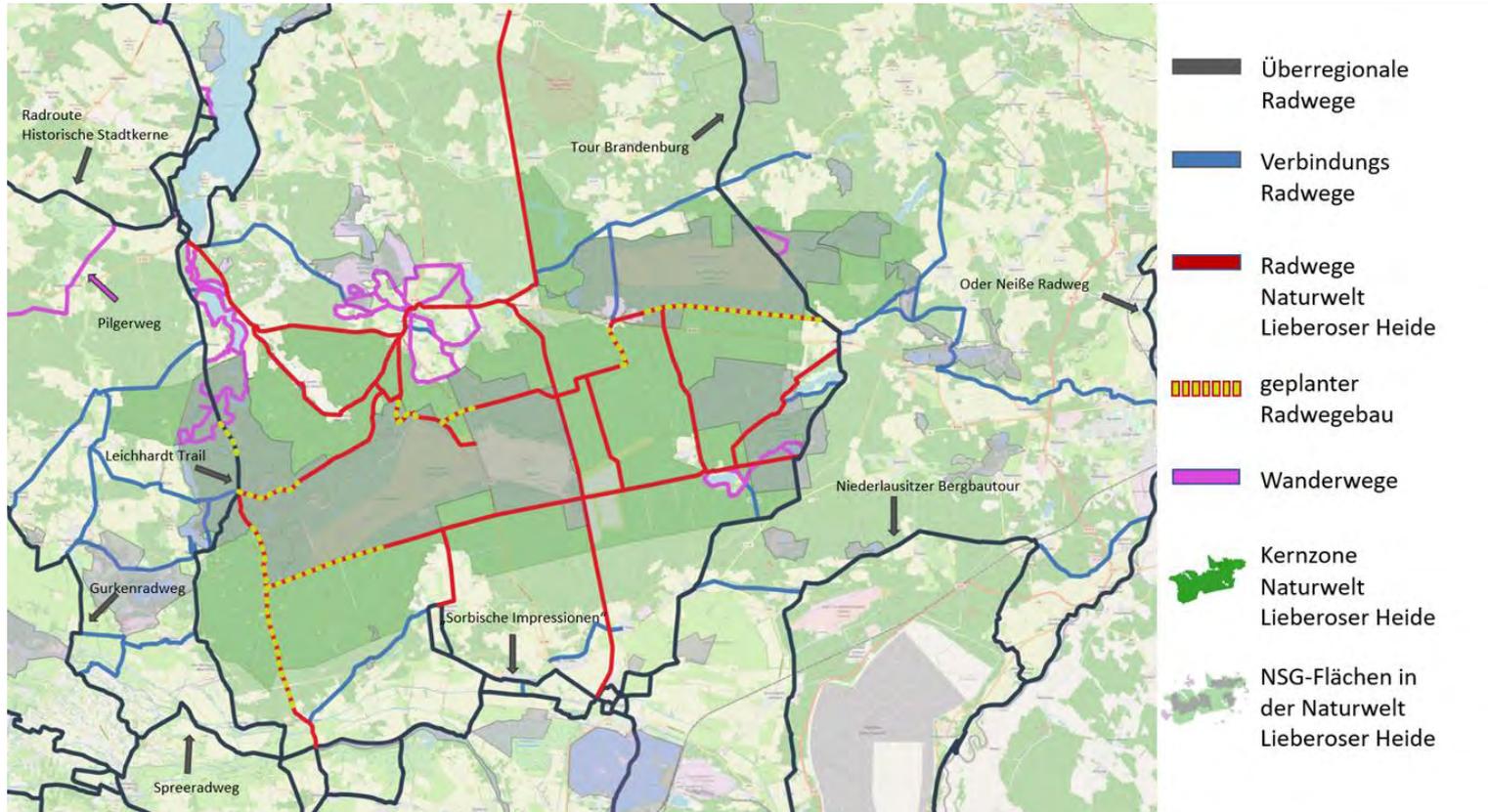
Die Kernzielgruppe

- 40 % der Touristen wollen „Natur erleben“
- 28 % aller Deutschen machen Natururlaub
- Hohes Interesse an Bildung und Information
- Hohe Affinität zu Urlaub in Ferienparks
- Hauptsaison: (junge) Familien mit Kindern im Haushalt
- Nebensaison: „Empty nesters“ (50+)
- MICE-Zielgruppen (Gruppentouristik - Nebensaison)
- „Bio Science Community“ – Studentische Exkursionen, wissenschaftliche Seminare & Tagungen



➤ Besucher sind gebildet, kritisch, qualitätsbewusst und kaufkräftig!

Wander- & Radwege schaffen – Regionen vernetzen



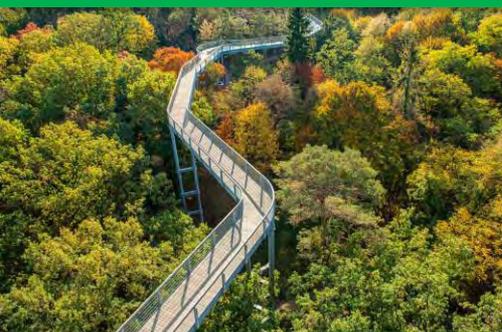
Die Wildnis-Attraktionen



Multifunktions-Baumwipfeldpfad



Wildnis-Besuchercenter



Mountainbiking



Entdecker-Pfade



Wildnis-Thematisierung: Beherbergung in Tiergehegen



Wildnis- Ferien- & Baumhäuser



Apartments
am
Wildniscenter

Module einer touristischen Entwicklung

- Baum- und Ferienhäuser
- Wildniszentrum mit Tagungsräumen und Multimediale Wildnis-Ausstellung 2.000 m²
- Erlebnis Accommodation am Wildniszentrum
- Baumwipfelpfad m. VR-Naturerlebnisstation
- Mountainbikestrecke
- Biolog. Geolog. Entdeckungspfad
- Tiergehege Zäunung, Ställe, Landscaping & Tiere
- Moorpfadbrückenattraktion
- Erschließungen (Parkplätze, eMobilität, Sanitär, WIFI)

→ Ziel:

ca. 73.000 Besucher p.a.

- 40.000 Übernachtungen (ca. 23.000 Personen bei 1,75 Tagen Verweildauer)
- 50.000 Tagesgäste

Zeitliche Projektplanung

- Pre-Feasibility Studie incl. Kostenschätzung auf Basis Vergleichswerte (eigenfinanziert) bis Q2/22
- Beschlussfassung in Gremien der Gesellschafter Q3/22
- Antragstellung für Förderung Planung (Lphs. 1-9) und Bauleistung bei ILB bis Q4/22
- Ausschreibung und Vergabe bis Q2/23
- Baubeginn Q3/23
- Baufertigstellung (mit Teilfertigstellung) bis Q4/25

Gesellschaftsvertrag

- Name der Gesellschaft: Naturwelt Lieberoser Heide GmbH
 - Potenzielle Fördermittelgeber lehnten bisher mit Verweis auf die Namensgebung I.N.A. eine Förderung ab. Die INA ist Teil einer Außenstelle des Bundesamtes für Naturschutz (BfN).
- Aufnahme weiterer Gesellschafter (Stadt Friedland und Landkreis Oberspreewald Lausitz)
 - Vernetzung der touristischen Destinationen
- Unbegrenzte Dauer der Gesellschaft
 - Erforderlich zur Fördermittelakquise zum Beispiel der Strukturstärkungsmittel
 - Die gesetzlichen Möglichkeiten, die GmbH abzuwickeln bzw. zu liquidieren bestehen grundsätzlich aus wichtigem Grund. Dieser definiert sich aus vorliegenden Umständen, die dem austrittswilligen Gesellschafter den weiteren Verbleib in der Gesellschaft unzumutbar machen.



I.N.A. Lieberoser Heide GmbH

Ansprechpartner:
Gerhard Janßen
janssen@wfg-lds.de
Dominik Rein
rein@wfg-lds.de