

Franciszek Adamczuk

Akademia Ekonomiczna we Wrocławiu

PROMOCJA W SKALI MIĘDZYNARODOWEJ NA PRZYKŁADZIE ZWIĄZKU SZEŚCIU MIAST ŁUŻYCKICH

1. Wstęp

Celem artykułu jest ukazanie promocji struktur komunalnych – miast jako jednego z elementów marketingu regionalnego, w skali międzynarodowej. Przedmiotem analizy jest Związek Sześciu Miast (Sechsträdtebund) – struktura utworzona jeszcze w XIV w. i reaktywowana dla celów promocji po zjednoczeniu Niemiec w 1990 r. i powstaniu w 1991 r. Euroregionu Nysa, pod roboczą nazwą Związku Sześciu Miast Łużyckich (ZSMŁ). Organizacja ta jest wykorzystywana w promocji w skali regionalnej – przede wszystkim w promocji rozwoju turystyki i rozwoju biznesu na pograniczu polsko-niemieckim, zwłaszcza w Saksonii i sporadycznie na Dolnym Śląsku. Promocja występuje więc w skali międzynarodowej.

Analizą objęto funkcjonujące po stronie saksońskiej instytucje specjalnie powołane do tego celu, a mianowicie Marketinggesellschaft Oberlausitz – Niederschlesien mbH oraz Fremdenverkehrverband Oberlausitz/Niederschlesien e.V., a po stronie polskiej regionalne organizacje turystyczne – przede wszystkim Dolnośląską Organizację Turystyczną (DOT), a także inne organizacje, jak np. Fundację na rzecz Promocji Dolnego Śląska oraz struktury Euroregionu Nysa (ERN), przede wszystkim pracę grupy roboczej „Turystyka” Stowarzyszenia Gmin Polskich ERN.

2. Podstawowe zagadnienia marketingu regionalnego

Literatura z zakresu marketingu regionalnego wydaje się stosunkowo obszerna [Junghardt 1998]. Dotyczy ona głównie marketingu miast, regionów lub innych podmiotów komunalnych. W polskim piśmiennictwie wielu autorów zajmuje się narzędziami promocji, szczególnie miast i gmin.

Marketing komunalny, marketing miasta (*city marketing*) oraz marketing w skali ponadlokalnej i ponadregionalnej w szczególnym przypadku mogą mieć charakter transgraniczny, międzynarodowy. Tak jest w odniesieniu do analizowanego zjawiska. Miasto lub szereg miast mogą prowadzić promocję oddzielnie lub wspólnie. Przypadek ZSMŁ odnosi się do tego drugiego rozwiązania.

Przez promocję miasta (miast) będzie się rozumieć działania mające na celu za-reklamowanie odbiorcy (tych działań) walorów produktu, czyli miasta, i zachęcające go do wykorzystania oferty miasta lub podjęcia działalności na jego terenie. Miasto rozumiane będzie tradycyjnie jako jednostka osadnicza grupująca przede wszystkim ludność zatrudnioną w zawodach pozarolniczych [Regulski 1986, s. 16] albo jako zasoby miejskie i interakcje pomiędzy nimi występujące [Markowski 1999 (rozdz. I)].

Miasta według J. Regulskiego to większe jednostki osadnicze, grupujące przede wszystkim ludność zatrudnioną w zawodach pozarolniczych. Podobną definicję podaje T. Markowski, który bardziej akcentuje zasoby miejskie i interakcje pomiędzy nimi.

W literaturze przedmiotu promocja miast, związków miast czy innych form, w których miasta uczestniczą, jest dziś bardzo widoczna. Ze współczesnych struktur w skali ogólnokrajowej najbardziej chyba znane są działania Związku Miast Polskich. W skali lokalnej (regionalnej) można wymienić np. Związek Komunalny „Kwisa”, Związek Gmin Karkonoskich, Unię Złotych Miast czy inne¹.

Są to wybrane i bardzo różnorodne przykłady, gdzie konkretne miejscowości wspólnie podejmują udane z reguły próby identyfikacji z określonym symbolem, cechą, osobą, wydarzeniem bądź przedsięwzięciem i budują na tym swój korzystny wizerunek, przede wszystkim w celu rozwoju lokalnego, regionalnego, na potrzeby rozwoju turystyki i innych form działalności gospodarczej.

3. Geneza powstania Związku Sześciu Miast i jego znaczenie w promocji regionu

Związek ten powstał 21 sierpnia 1346 r. Do głównych celów powstania związku zaliczono ówczesznie następujące²:

- Obrona przed zagrożeniami ekonomicznymi i politycznymi. Rozumiano to jako zgodę na wspólne przeciwstawianie się realnym czynnikom mogącym mieć negatywny wpływ na mieszkańców miast, takich jak próby podporządkowania ich sobie przez poszczególnych władców, lokalnych czy regionalnych, szczególnie poprzez aneksje terytorialne, dodatkowe daniny czy myta.

¹ W literaturze przedmiotu dotyczącej średniowiecza jako przykłady integracji więzi pomiędzy miastami przytacza się najczęściej tzw. hanzy jako porozumienia (związki) miast o szczególnym znaczeniu.

² Kompleksowym studium na ten temat jest praca wydana w 1997 r. w Niemczech pt. *650 Jahre Oberlausitzer Sechsstädtebund 1346-1996*, przez Oficynę Oettel Bad Muskau, jako wynik konferencji naukowej historyków z Czech, Niemiec i Polski odbytej w Żytawie (Zittau) 19-29.09.1996.

- Udział w działaniach na rzecz umacniania jedności terytorialnej Łużyc. Odbywać to się miało poprzez tworzenie warunków organizacyjnych, finansowych i więzi rodzinno-rodowych w celu integracji regionu. Szczególnym działaniem miało być wspieranie określonego władcy i jego armii (strony gwarantującej rozwój interesów danego regionu) lub nawet tworzenie w tym celu odpowiednich formacji wojskowych (tzw. zaciągi regionalne do armii).
- Realizacja innych zadań doraźnych, skierowana na wzrost bezpieczeństwa mieszkańców i ich dobrobytu materialnego. Dbanie o wzrost przywilejów miast, takich jak prawo warzenia piwa, bicia monety, prawa cechów, trwałości targów w danych miejscowościach, stałości myta, zakaz obrotu (posługiwanie się w handlu) niepełnowartościowym pieniądzem, tj. bitym ze złego stopu, bądź pieniądzem „wroga”.
- Wspólna reprezentacja wobec władz regionalnych i na zewnątrz; np. wobec księstw, książąt ościennych, a nawet władz kościelnych w Rzymie czy w innych miejscowościach – siedzibach biskupów³.

Do związku weszły formalnie takie miasta, jak:

- Bautzen,
- Görlitz,
- Kamenz,
- Lauban (dziś Lubań),
- Löbau,
- Zittau.

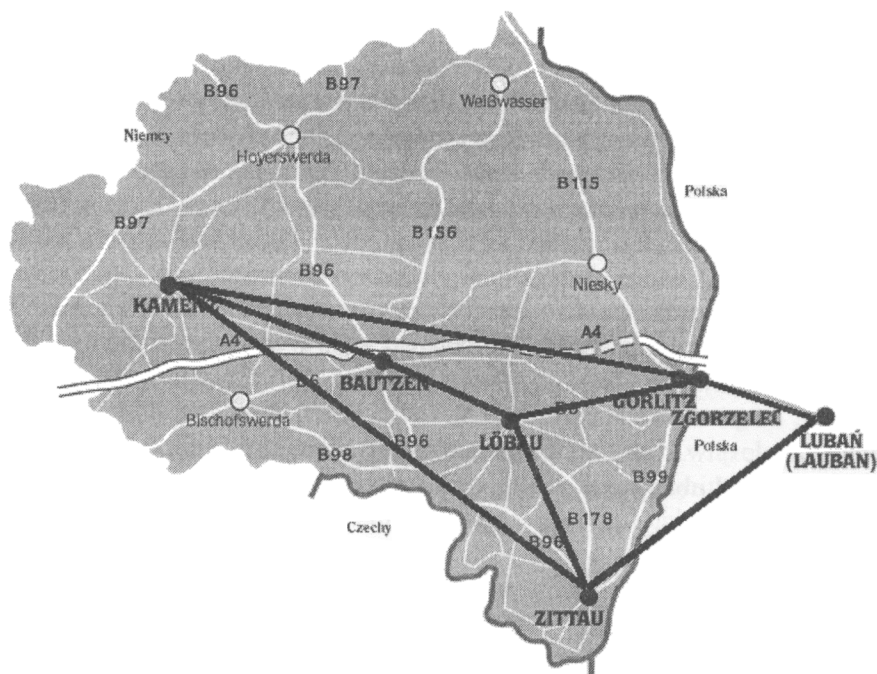
Układ przestrzenny pogranicza Łużyc i Dolnego Śląska (w szczególności Związku Sześciu Miast) ilustruje mapa (rys. 1).

Historycy – analizując okres ponad 650 lat od powstania związku – jednomyślnie potwierdzają, że zasadnicze cele były w większości osiągane, szczególnie w pierwszych wiekach jego istnienia. W wieku XVII związek ograniczył wyraźnie swoją działalność i w kolejnych latach, w nowej sytuacji geopolitycznej, został on rozwiązany. Stało się to formalnie w 1815 r., po przyłączeniu Lubania i Görlitz do Prus. Dalej funkcjonował związek 4 miast, który zakończył swoją działalność w 1868 roku. Działalność związku była ograniczana, a w początku XX w. wręcz traktowana jako swoisty relikw historyczny. Nieliczne publikacje na ten temat ukazywały historyczne znaczenie związku – i jego niewielkie znaczenie dla ówczesnej rzeczywistości społeczno-politycznej. W okresie realnego socjalizmu w historiografii NRD-owskiej o związku tym pisano niewiele i traktowano go jako przykład – epizod z czasów średniowiecznych, o nieprzydatnych dla współczesności doświadczeniach i niegodny popularyzacji⁴. Mimo to pielęgnowano jednak szereg

³ Kwestie te są stosunkowo rzadko omawiane w literaturze historycznej. Zostały one zebrane przez autora z licznych źródeł historycznych i materiałów muzeów regionalnych.

⁴ Autor zacerpnął powyższe opinie z dyskusji prowadzonej podczas wspomnianej wcześniej konferencji oraz protokołów posiedzeń Komisji Historycznej Euroregionu Nysa z lat 1991-2005. Wiele materiałów źródłowych znajduje się w Muzeum w Zittau i są one dostępne dla badaczy tego

tradycji kulturowych i językowych Łużyczan (Serbołużyczan, Serbów łużyckich – niem. *Sorben*), używano łużyckich nazw miejscowości (obok niemieckich) i dbano o niektóre tradycje historyczne [*Deutschland und Polen...* 2001].



Rys. 1. Układ przestrzenny Związku Sześciu Miast

Źródło: opracowanie własne na podstawie *Der Oberlausitzer Sechstädtebund*, Wyd. Fremdenverkehrsverband Oberlausitz/Niederschlesien e.V., Bautzen 2005.

Po zjednoczeniu Niemiec nastąpiła zmiana w tej kwestii. Historia zostaje „odkłamana”, fakty górują nad ideologią, a mimo to trwają spory nad rolą związku w skali regionalnej i europejskiej. Ukazuje się przede wszystkim korzystne zmiany na odcinku rozwoju regionalnego w skali regionalnej i bardzo aktywną rolę Saksonii w tych procesach. Wskazuje się także pewne działania, które odbijają się negatywnie na rozwoju tradycji regionu, np. Łużyczan na tym obszarze (np. zlikwidowano dwujęzyczne nazwy miejscowości na większości tablic informacyjnych, pozostawiając tylko niemieckie). W zasadzie jednak rozwój współpracy transgranicznej

okresu, nawet w takich ośrodkach kulturowych, jak Międzynarodowe Centrum Spotkań (Begegnungszentrum) w St. Marienthal k/Görlitz. Wśród polskich badaczy szczególne miejsce zajmują opracowania K.R. Mazurskiego (aspekty geograficzno-przestrzenne) czy M. Iwanka (historia regionu).

sprzyja integracji lokalnych społeczności i rozwojowi regionu. Aspekt współpracy Słowian i plemion germańskich na dzisiejszym obszarze Dolnego Śląska i Saksonii, zwłaszcza roli Łużyczan, jest podejmowany marginalnie.

4. Krótka charakterystyka walorów poszczególnych miast – wchodzących do Związku Sześciu Miast Łużyckich

Charakterystyka ta będzie zasadniczo uproszczona i zawierać będzie takie informacje, jak⁵:

- okres założenia (powstania) miasta,
- liczba mieszkańców,
- charakterystyka potencjału gospodarczego,
- wybrane osobliwości,
- miasta partnerskie w kraju i za granicą [*Miasta w Euroregionie...* 1999, s. 21-91].

1. Bautzen (pol. Budziszyn) – miasto o wielowiekowej tradycji. Pierwsza wzmianka o nadaniu praw miejskich pochodzi z 1240 roku. Miasto położone jest 50 km od Drezna i zamieszkuje je ok. 45 tys. mieszkańców. Bautzen to ojczyzna Łużyczan. Miasto ma liczne zabytki historyczne. Z tradycji łużyckich wymienić należy Niemiecko-Serbołużycki Teatr Ludowy. Niedaleko miasta znajduje się miejscowość Kleinwelka z parkiem dinozaurów, jedynym tego rodzaju parkiem w Europie. Są tu liczne zabytki kultury i szybka kolej łącząca ze stolicą Saksonii – Dreznem, tzw. Inter-regio. Jest ważnym centrum administracyjnym i gospodarczym. Posiada lokalne lotnisko. Związki partnerskie łączy je z takimi miastami, jak: Dreux we Francji, Jablonec n. Nysą w Czechach, Jelenia Góra w Polsce, Worms w Dolinie Renu i Heidelberg w Badenii-Wirtembergii w Niemczech.

2. Löbau. Po raz pierwszy o mieście tym wspomina biskup miśnieński Bruno II w 1221 roku. Miasto liczy 17 tys. mieszkańców. Sektor gospodarczy zdominowany jest przez małe i średnie przedsiębiorstwa. Znane jest z produkcji pianin i fortepianów. Posiada liczne zabytki historyczne. Szczególnie znane jest muzeum miejskie. Tylko 24 km dzieli je od Zittau. Posiada dobre połączenia drogowe i kolejowe z otoczeniem. Współpracuje z Lubaniem w Polsce i z miastem Ettlingen w Badenii-Wirtembergii w Niemczech.

3. Kamenz (pol. Kamieniec). Pierwsza wzmianka o Kamenzu pochodzi z 1225 roku. Miasto liczy 19 tys. mieszkańców. Posiada liczne zabytki i inne walory turystyczne. Znajduje się w nim muzeum krajoznawcze oraz muzeum Zachodnich Łużyc. Znajduje się tu siedziba Saksońskiego Urzędu Statystycznego. W sektorze gospodarczym dominują małe i średnie firmy. Miasto Kamenz współpracuje z miastem Kolin położonym w Republice Czeskiej i niemieckim miastem Alzey w Dolinie Renu.

⁵ Charakterystyka miasta Zgorzelec i Görlitz będzie oddzielna z uwagi na to, że są to formalnie dwa miasta w dwóch państwach.

4. Görlitz. Otrzymało prawa miejskie w 1303 roku. Liczy ok. 62 tys. mieszkańców. Jest bardzo ważnym ośrodkiem produkcyjnym i handlowym Saksonii. Ma liczne walory turystyczne, przede wszystkim sakralne. Od roku 1992 jest miastem akademickim. Jeden z wydziałów Wyższej Szkoły Zawodowej Zittau/Görlitz – Wydział Nauk Społecznych znajduje się w tym mieście. Od 5 maja 1998 r. wraz z polskim miastem Zgorzelec podjęto uchwałę o utworzeniu tzw. Europastadt Görlitz/Zgorzelec. Posiada bardzo dobre połączenia komunikacyjne, nieopodal miasta znajduje się lotnisko w Rothenburgu. Miasto należy do Związku Miast Niemieckich, Rady Gmin i Regionów Europy. Współpracuje z Amiens we Francji, Molfetta we Włoszech, Nowy Jasin w Republice Czeskiej, polskim Zgorzelcem i niemieckim Wiesbaden.

5. Zittau (pol. Żytawa). Miasto otrzymało prawa miejskie od króla czeskiego Ottokara II w 1255 roku. Liczy sobie ok. 28 tys. mieszkańców. Posiada liczne zabytki i osobliwości kultury. Miasto ma charakter przemysłowo-handlowy. Posiada dwie szkoły wyższe: wspomnianą Wyższą Szkołę Zawodową i Międzynarodowy Instytut – szkołę wyższą o randze uniwersyteckiej (IHI) oraz dwa przejścia graniczne z Polską. Współpracuje z Bogatynią w Polsce, Libercem w Republice Czeskiej, miastem Pistola we Włoszech, Portsmouth w USA i niemieckim Villingen-Schwenningen w landzie Badenia-Wittenberga.

6. Zgorzelec – przed II wojną światową część ówczesnego niemieckiego miasta Görlitz (część prawobrzeżna). Liczy sobie ok. 37 tys. mieszkańców. Głównymi funkcjami miasta są funkcje przemysłowa i handlowa. Nieliczne zabytki. W okresie wojny w obrębie miasta znajdowały się liczne obozy jenieckie i wojskowe. Przypomina o tym cmentarz 16 tys. więźniów tych obozów. W mieście znajduje się dom J. Böhme. Miasto oprócz współpracy z niemieckim Görlitz współpracuje z greckim miastem Nausa od 1998 roku.

7. Lubań (niem. Louban). Otrzymał prawa miejskie w 1220 roku. Już w XIII w. był znany z produkcji sukna i piwowarstwa. Miasto liczy sobie ok. 25 tys. mieszkańców. Jest typowym miastem o dominacji małych i średnich przedsiębiorstw. Odległość od Zgorzelca wynosi ok. 20 km, a do Miłoszowa w Czechach jest ok. 15 km. W mieście jest szereg zabytków. Posiada stosunkowo dobre połączenia drogowe i kolejowe. Współpracuje z duńskim miastem Skiejn i czeskim miastem Koolin.

5. Transgraniczna promocja regionu w świetle działalności wybranych podmiotów saksońskich i dolnośląskich – próba analizy porównawczej

Oceniając zakres i formy promocji tego regionu jako całości – przede wszystkim jako integralnej części Euroregionu Nysa, można stwierdzić, co następuje:

- Miasta zdają sobie sprawę z korzyści wspólnej promocji, miasta saksońskie w szerszym zakresie występują wspólnie. Zgorzelec i Görlitz są w wyjątkowej sytuacji: formalnie dwa miasta, w materiałach promocyjnych, szczególnie wydawanych

w Saksonii, przedstawia się jako jedno – tzw. miasto europejskie (niem. *Europa-stadt*). W niektórych materiałach promocyjnych Zgorzelec w ogóle nie jest ukazywany jako odrębne miasto (miasto polskie), co może wzbudzać kontrowersje.

- Miasto Lubań w procesie promocji jest formalnie traktowane równorzędnie z innymi członkami ZSMŁ, w praktyce wydaje się w tym procesie wyraźnie niedoceniane i występuje nie tylko spektakularny, ale i formalny dysonans co do jego traktowania, podobnie jak Zgorzelca czy Görlitz. Powstaje pytanie, czy są to miasta łżyckie, czy dolnośląskie. Związek jest związkiem miast łżyckich – w świetle nazwy i zapisu w statucie związku, i co do tego nie ma wątpliwości. Geografowie określają jako Łżyce obszar do rzeki Kwisy. Niestety w nowej historii od XIX w., szczególnie w literaturze niemieckiej, Zgorzelec i okolice (siłą rzeczy także Görlitz) jest zaliczany do Dolnego Śląska, tymczasem Görlitz leży w Saksonii, a Zgorzelec jest miastem Dolnego Śląska. Budzi to wiele kontrowersji i nieporozumień, a nawet sporów formalnych. Zdaniem wielu specjalistów, nie sprzyja to promocji regionu.

W dostępnych materiałach promocyjnych można zauważyć następujące ich cechy:

- stosunkowo szczegółową charakterystykę powstania związku i jego pierwotnej roli z wyraźną przewagą osiągniętych sukcesów i z pominięciem niektórych, często istotnych faktów i epizodów historycznych (np. roli związku podczas wojen husyckich), które trudno uznać za sukces związku (niepełna reprezentacja związku, właśnie lokalne, rozbieżne często postawy wobec pozostałych członków);
- stosunkowo obszerną charakterystykę historiografii – faktografi i niewspółmiernie słabsze ukazywanie problemu w kontekście integracji regionalnej, współpracy transgranicznej i euroregionalnej;
- bogate wykorzystanie w promocji materiałów fotograficznych i innych źródłowych, często unikatowych, pozyskiwanych z lokalnych i regionalnych zbiorów muzealnych – przede wszystkim niemieckich;
- próbę ukazywania organizacji (struktury, porozumienia komunalnego) powstałej w XIV w. jako struktury bliskiej współczesności – 21 stuleciu, jeśli chodzi o możliwości odbudowy więzi historycznych i przyczyniania się do budowy tożsamości regionalnej;
- występującą stosunkowo często selekcję informacji i świadome pomijanie niektórych problemów lokalnych lub ich marginalizacja, co dotyczy np. problemów przemieszczania się ludności w następstwie II wojny światowej i stosownych postanowień politycznych, problematyki tradycji niemieckiej (łżyckiej), szczególnie na obszarze Dolnego Śląska; słabe wykorzystanie w promocji materiałów źródłowych zawartych w polskich muzeach i innych miejscach, np. polskich archiwach państwowych itp.;
- częste pomijanie słowiańskiej tradycji na tym obszarze, eksponowanie tzw. tradycji germańskiej i traktowanie marginalne tradycji Łżyczan w historii tego regionu. Podobną uwagę można odnieść także do tradycji śląskiej i implikacji

wzajemnych polsko-niemieckich, a także polsko-niemiecko-czeskich. W tej kwestii brakuje w pełni zobiektywizowanych ocen.

6. Zakończenie i wnioski końcowe

Promocja prowadzona przez wszystkie instytucje i organizacje tego obszaru w świetle dokonań w latach 1991-2005 posiada następujące dwie zasadnicze cechy:

- ma charakter transgraniczny i podporządkowana jest przede wszystkim aktywizacji rozwoju turystyki po obu stronach granicy, ma jednak swoją specyfikę, co przejawia się w drugoplanowym traktowaniu innych dziedzin gospodarki, np. rozwoju infrastruktury, przemysłu, rolnictwa itp.,
- analiza zakresu i form promocji odzwierciedla pogłębiającą się asymetrię pomiędzy stroną saksońską i dolnośląską; dowodem jest zakres promocji, przedsięwzięcia promocyjne i efekty po obu stronach; mimo braku szczegółowych badań w tym zakresie stan ten jest wyraźnie widoczny.

Jeśli chodzi o uwagi i oceny bardziej szczegółowe, dotyczące wykorzystania promocji w skali międzynarodowej w świetle badanego porozumienia miast, to można je przedstawić następująco [Adamczuk 2005, s. 179-186]:

1. Promocja wydaje się mało skuteczna, jeśli chodzi o rozwój tego obszaru, w dostępnych źródłach Związek Sześciu Miast jest traktowany jako instytucja reliktowa i fasadowa. Zasadna wydaje się teza o ograniczonej skuteczności promocji realizowanej na przełomie XX i XXI w. zarówno przez podmioty polskie, jak i niemieckie.

2. Zakres promocji jest zróżnicowany co do treści, z wyraźną przewagą promocji części saksońskiej i niedocenianiem części polskiej. Polskie miasto Lubań często jest ukazywane jako miasto polskie o ograniczonym znaczeniu dla rozwoju regionu, dane na temat jego walorów są najczęściej niepełne, nieaktualne lub wybiórcze. Wkład Polski w powojenny rozwój miasta jest z reguły całkowicie pomijany. Ekspozuje się natomiast znaczenie miasta w okresie przynależności do Saksonii, Prus czy III Rzeszy.

3. Istnienie formalnie 7 miast w Związku Sześciu Miast Łużyckich jest pewnym ewenementem. W promocji jest to powód do szeregu pytań i niejasności. Promocja jest więc w dużej części selektywna. Materiały promocyjne są przede wszystkim w języku niemieckim i kierowane do odbiorcy niemieckiego, jeśli chodzi o zakres podawanych informacji i ich treść. Wspomniane we wstępie organizacje niemieckie nie podejmują szerszej współpracy promocyjnej ze stosownymi organizacjami zajmującymi się promocją Dolnego Śląska. Także organizacje polskie w ograniczonym zakresie stawiają sobie ten cel.

4. Promocja ZSMŁ jest wyraźnie wspierana formalnie i materialnie przez władze saksońskie. Należy to traktować jako sukces zgrupowanych w związku miast saksońskich – a także polskiego Lubania i Zgorzelca. Może to być przykład do naśladowania, także w innych regionach jednoczącej się Europy. W materiałach

wydawanych w Polsce, np. na temat promocji Dolnego Śląska, ZSMŁ jest w promocji wykorzystywany bardzo rzadko.

5. Niedosyt budzi ukazywanie w promocji współpracy na tym obszarze już w XIV w. jako pierwszych kroków współpracy ówczesnych społeczności i zarządzających miastami władz i zgodnego współżycia przez ponad 650 lat wielu ówczesnych kultur i grup etnicznych i narodowościowych.

Literatura

- Adamczuk F., *Ład przestrzenny w gospodarce i współpracy transgranicznej Dolnego Śląska i Saksonii*, [w:] Gospodarka i Środowisko nr 3, red. T. Borys, Prace Naukowe Akademii Ekonomicznej nr 1075, Wrocław 2005.
- Borys T., *Obszary transgraniczne w statystyce regionalnej*, Seria: Statystyka w Praktyce nr 6, GUS, Warszawa 1999.
- Czornik M., *Promocja miasta*, Wyd. AE, Katowice 2000.
- Der Oberlausitzer Sechsstädtebund*, Wyd. Fremdenverkehrsverband Oberlausitz/Niederschlesien e.V., Bautzen 2005.
- Deutschland und Polen im zwanzigsten Jahrhundert. Analysen-Quellen-didaktische Hinweise*, red. U.A.J. Becher, W. Barodziej, R. Maier, Verlag Hahnsche Buchhandlung, Hanover 2001.
- Gospodarka turystyczna. Wybrane problemy współpracy w turystyce w Euroregionie Nysa*, red. A. Rapacz, Prace Naukowe Akademii Ekonomicznej nr 1067, Wrocław 2005.
- Junghardt R., *ABC promocji gmin, miast i regionów*, Wyd. Fundacja F. Eberta, Gliwice 1998.
- Marketingowa strategia rozwoju przestrzeni*, red. M. Obrębalski, Wyd. AE, Wrocław 1998.
- Markowski T., *Zarządzanie rozwojem miast*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 1999.
- Miasta w Euroregionie Neisse-Nisa-Nysa*, Wyd. Urzędu Statystycznego we Wrocławiu, Czeskiego Urzędu Statystycznego – Oddział w Libercu i Krajowego Urzędu Statystycznego Wolnego Państwa Saksonii w Kamenz, Wrocław-Liberec-Kamenz 1999.
- Oberlausitz – Das Ferienmagasin*, Bautzen 2004.
- Regulski J., *Planowanie miast*, PWE, Warszawa 1986.
- Turystyka w Euroregionie Neisse-Nisa-Nysa*, Wyd. Urząd Statystyczny we Wrocławiu, Czeski Urząd Statystyczny – Oddział w Libercu, Wrocław-Liberec-Kamenz 2001.
- Wirtschaftsmagazin „Oberlausitz”*, Wyd. Oberlausitz, Bautzen 2000.

PROMOTION IN AN INTERNATIONAL SCALE ON THE EXAMPLE OF THE SIX CITIES UNION OF ŁUŻYCE

Summary

This article concerns local and regional promotion of the cities of Łużyce. The union of the six cities situated at the borderline three countries: of Poland, the Czech Republic, and Germany, in the Euroregion Nysa has been chosen as the analysis subject. The author discusses promotion actions organized by different organizations, especially by German side and other social structures. The paper ends with a summary of promotion actions of the Six Cities Union.