

*Presse-Info*

*Berchtesgadener Land Tourismus GmbH*

*20. Februar 2014*

**Pressespiegel der Berchtesgadener Land Tourismus GmbH (BGLT) 2013: von ALPIN bis Westdeutsche Allgemeine Zeitung (WAZ)**

**Wieder einmal hat die BGLT alle im vergangenen Jahr erschienen Veröffentlichungen in Tageszeitungen, Zeitschriften, Radio, Fernsehen und Film gesammelt. Das Medieninteresse 2013 war außerordentlich groß, 60 Journalisten waren vor Ort, mehr als 90 TV-Formate wurden gedreht.**

Themen aus der Region aktiv anzubieten und erfolgreich in den Medien zu platzieren gehört zu den Aufgaben der BGLT. Die Presseabteilung erarbeitet regelmäßig Themen, die den Redaktionen als Pressemitteilung zugeschickt werden und unterstützt Journalisten aktiv bei der Themenfindung und Recherche vor Ort. Dabei ist der Nachrichtenwert entscheidend, etwas Neues, etwas das den Zeitgeist trifft oder von einer prominenten Persönlichkeit getragen wird. Starke Themen waren 2013 das Haus der Berge, Salz, Handwerk und echtes Brauchtum. Manchmal schaffte es aber auch ein Nischenthema wie ein spezieller Bauerngarten im Rupertiwinkel oder eine bisher unentdeckte Almwanderung ins Blatt.

Für Stephan Köhl, Geschäftsführer der Berchtesgadener Land Tourismus GmbH, ist Pressearbeit eines der wichtigsten Marketinginstrumente für eine Urlaubsregion. „Mit Pressemeldungen können einzelne Themen tiefergehend gespielt werden, als dies in Prospekten oder auf Messen möglich ist. Die interessierte, meist liebevolle und begeisternde Darstellung eines Aspekts, sei es ein Handwerk, ein Mensch, ein Berg oder ein Gesundheitsangebot, erlaubt spannende Blicke hinter die Kulissen“, erklärt er. Zudem sei die Begeisterung eines kritischen Beobachters glaubhafter als die Darstellung eigener Stärken in Form von Anzeigen.

2013 waren 60 Reisejournalisten und Fotografen im Berchtesgadener Land, um ihre Reportagen persönlich zu recherchieren. Ursula Wischgoll und Isabel Stöckl, die sich auf der Pressestelle der BGLT um die schreibenden Journalisten kümmern, machten Themenvorschläge, suchten interessante Gesprächspartner und kümmerten sich um passgenaues Bildermaterial. „Mit der Resonanz auf unsere Arbeit sind wir sehr zufrieden, denn Reise-Redakteure erhalten im Schnitt 50 verschiedene Pressemitteilungen aus aller Welt am Tag. Mit Einladungen zu Pressereisen ist es ähnlich. Wir müssen uns gegen den Trip in die Karibik genauso behaupten, wie gegen vergleichbare Alpenregionen“, unterstreicht Isabel Stöckl. Dass sich das Berchtesgadener Land hier bestens zu platzieren versteht, zeigt die Einladung zur Wanderung zum Watzmannhaus, das voriges Jahr sein 125jähriges Bestehen feierte. Dieser folgten zehn Journalisten, die im Anschluss 20 Beiträge veröffentlichten.

Karin Mergner ist bei der BGLT Kontaktperson für Film- und Fernsehschaffende.

Knapp 100 Beiträge wurden 2013 in der Region produziert, von Zwei-Minuten-Beiträgen bis zu kompletten Sendungen über 90 Minuten. Dabei trägt nicht nur die sehr enge Zusammenarbeit mit dem Bayerischen Fernsehen Früchte, auch mit dem FilmFernsehFonds Bayern und vielen anderen Produktionsfirmen steht Mergner in ständigem Kontakt. Sie arbeitet Ideen zu, zeigt die besten Drehorte, organisiert Protagonisten und Statisten und hilft bei Drehgenehmigungen. „Ein aufwändiges Geschäft“, erklärt Karin Mergner, „denn in unserer durch den Nationalpark geschützten Region kann man nicht alles überall machen.“ Rechnet man den Wert der Veröffentlichungen in Print, Radio, TV und Film, lohnt sich dieser durchaus hohe Einsatz ohne Frage.

Bildunterschriften:

Stephan Köhl, Ursula Wischgoll, Karin Mergner und Isabel Stöckl präsentieren den BGLT Pressespiegel 2013. Dieser enthält über 100 meist großformatige Artikel in deutschen Tageszeitungen und Zeitschriften ebenso wie eine Liste der in Funk und Fernsehen gesendeten Beiträge aus dem Berchtesgadener Land.