***PRESSE-INFORMATION***

**Berchtesgadener Land Tourismus**

**23. August 19**

**Im Gespräch: BGLT-Geschäftsführer Peter Nagel**

**Die Berchtesgadener Land Tourismus GmbH wird in Zukunft enger und zielgerichteter mit starken Wirtschafts- und Tourismuspartnern aus der Region zusammenarbeiten. Bereits unterzeichnet sind die Kooperationsvereinbarungen mit der Molkerei Berchtesgadener Land und der Predigtstuhlbahn (Unternehmensgruppe Max Aicher). Geplant sind weitere Kooperationen, der Vertrag mit der Jennerbahn wird in Kürze unterschrieben. BGLT-Geschäftsführer Peter Nagel erklärt, warum er die Annäherung von Tourismus und Wirtschaft sucht.**

Herr Nagel, die BGLT vernetzt sich verstärkt mit Unternehmen – warum suchen Sie den Schulterschluss mit der Wirtschaft?

*Grundsätzlich ist die Bereitschaft von Unternehmen, mit der BGLT zu kooperieren, ein starkes Indiz für die Attraktivität unserer Marke. Das war erst einmal ein wichtiges Signal. Bei unseren beiden ersten Kooperationspartnern, der Molkerei Berchtesgadener Land und der Predigtstuhlbahn, haben wir offene Türen eingerannt.*

Was versprechen Sie sich von der Zusammenarbeit?

*Das, was klassisches Crossmarketing bzw. Gegengeschäfte beinhalten: Wir nutzen die Kanäle unserer Partner, kommunizieren uns gegenseitig, stellen das komplette Leitungs-Portfolio der BGLT zur Verfügung. Mit einem Unternehmen wie der Molkerei Berchtesgadener Land können wir außerdem potentielle Gäste ansprechen, die wir vorher nicht erreicht haben. Die Molkerei ist eine hochwertige Marke, die den Charakter des Berchtesgadener Landes hervorragend transportiert. Sie unterstützt kleinbäuerliche Betriebe, trägt zur Erhaltung der Kulturlandschaft bei und erreicht Kunden, die bewusst diese Produkte einkaufen. Das ist genau die Klientel, die uns interessiert.*

Über die Kooperation mit der Predigtstuhl- oder Jennerbahn erreichen Sie aber nicht unbedingt neue Zielgruppen?

*Es geht hier nicht ausschließlich um „Zielgruppen-Denken“. Wir suchen Partner, die zu uns passen, hochwertig sind und zeigen, was im Berchtesgadener Land steckt. Dazu passt eine Predigtstuhlbahn, die die Geschichte der Region transportiert und mit erstklassiger Gastronomie am Berg punktet. Genauso wie eine Jennerbahn, die für moderne Mobilität und Hightech steht. Das sind touristische Leuchttürme, die eine Visitenkarte für das Berchtesgadener Land sind.*

Sind weitere Kooperationen mit großen, global agierenden Unternehmen geplant?

*Wir sind auch an Kooperationen mit Partnern aus dem Bereich Textil oder Mobilität interessiert. Aber Achtung: Die Marken müssen für hohe Qualität stehen, sollen zu uns passen. Luxusartikelhersteller werden wir nicht ansprechen, auch keine Food-Giganten. Wir werden uns weder verzetteln, noch auf Biegen und Brechen eine Vielzahl an Partnern suchen. Es soll ein ausgewählter Kreis sein, mit dem wir ernsthaft arbeiten können.*

Geht es dabei auch um gemeinsame neue Angebote oder konkrete Produkte?

*Ja unbedingt. Es wird eine Art „runden Tisch“ mit allen Partnern geben, um gemeinsam kreativ und kraftvoll für die Zukunft der Region zu arbeiten. Das Berchtesgadener Land muss sich des Werts bewusst sein, den es hat. Das betrifft den Tourismus genauso wie den hochinteressanten Wirtschaftsraum. Unsere Kooperationen sind für eine Laufzeit von drei bis fünf Jahren geplant. Das ist ein perfekter Zeitraum, um Maßnahmen gemeinsam zu planen und auf den Markt zu bringen.*

***PRESSEKONTAKT***

Isabel Stöckl / Ursula Wischgoll

T +49 (0) 8652 65650 - 30

presse@bglt.de