***PRESSE-INFORMATION***

**Berchtesgadener Land Tourismus**

**24. April 2020**

**Vorbereitungen auf Startschuss möglicher Urlaubsreisen**

**Leere Touristinformationen, geschlossene Hotels, verwaiste Parkplätze: Ein gespenstisches Szenario bietet sich dieser Tage im gesamten Landkreis. Gleichzeitig bereitet sich das Team der Berchtesgadener Land Tourismus GmbH (BGLT) mit Hochdruck auf das Wiederanlaufen des Tourismus vor.**

Die Arbeit der BGLT ist auf zwei Zielgruppen ausgerichtet. Zum einen nach Innen auf Gastgeber und Tourismusbetriebe, zum anderen nach Außen auf Urlaubsgäste. In der aktuellen Coronakrise ist aber vor allem die Abstimmung eines einheitlichen Vorgehens mit Tourismuskollegen aus ganz Bayern wichtig. „Der Weg muss ein gemeinsamer sein, denn wir stehen alle vor den gleichen Herausforderungen“, so Dr. Brigitte Schlögl, Geschäftsführerin der BGLT. „Wir sind eng mit den touristischen Dachorganisationen Bayern Tourismus Marketing GmbH (bytm) und dem Tourismus Oberbayern München e.V. (TOM) vernetzt. Neben den klaren Vorgaben aus dem Staatsministerium was erlaubt sein wird, erarbeiten die bayerischen Touristiker eine Checkliste für ein gemeinsames Vorgehen: Was muss jeder Gastgeber, jedes touristische Unternehmen beachten, was darf man nicht vergessen, welche kreativen Lösungen kann es geben um Hygienestandards für Gäste aber auch Mitarbeiter sicher zu stellen, und das ganz unabhängig von der Größe eines Betriebes.

**BGLT-Marketingaktionen und Kommunikation sind vorbereitet**

„Mit unseren Gästen haben wir bisher zurückhaltend kommuniziert, eine laute Kampagne war in dieser Zeit einfach unpassend“, so die Meinung von Brigitte Schlögl. „Wir sind mit ihnen über Newsletter und Social Media im Gespräch geblieben.“ Sehr gut angenommen wurde eine Instagram-Aktion. Unter dem Hashtag #SehnsuchtBGL veröffentlichen seit 3. April viele treue Gäste ihre Lieblingsfotos auf den Websites der BGLT. Mit 40.000 Followern, also Menschen, die den Veröffentlichungen regelmäßig folgen, zählt das Instagram-Account der BGLT zu den größten touristischen Kanälen dieser Kategorie und spielt in einer Liga mit Sylt oder dem Allgäu. „Auf diese große Anzahl von Fans können wir stolz sein“, freut sich Schlögl, „Instagram ist die ideale Plattform, um anhand aktueller und speziell ausgewählter Bilder die Lust auf einen Besuch unserer Region zu wecken und mit künftigen Gästen zu interagieren.“

Besonders wichtig ist in dieser Zeit auch der enge Kontakt zu den Hoteliers und Vermietern vor Ort. Carina Nasko und Annalena Göb von der BGLT-Gastgeberberatung versenden seit 10. März fast täglich per E-Mail die neuesten Informationen zu Vorschriften der Regierung, Beratungsservice der BGLW oder der Interessensverbände sowie Anlaufstellen für finanzielle Hilfen. Zusätzlich stehen sie selbst für Fragen zur Verfügung, deutlich mehr als 500 Telefonate und ca. 400 E-Mail-Anfragen seit Mitte März zeigen die große Notwendigkeit verlässlicher Ansprechpartner. Für das Buchungssystem IRS und die Online-Buchbarkeit wird gemeinsam mit Vermietern an Aktualisierungen und Verbesserungen gearbeitet. Hier ist aktuelles, attraktives Bildmaterial für die Darstellung der Häuser besonders wichtig.

Auf der Bad Reichenhaller Website gehen noch diese Woche Gesundheits-Videoclips online. Diese wurden zusammen mit verschiedenen Therapeuten gedreht. „Aktuell ist das Thema „Wie halte ich mich zuhause gesund“ besonders brisant, doch für viele Gäste der Alpenstadt werden die Kurzfilme auch im Alltag nach Corona wertvoll bleiben“, ist sich Dr. Brigitte Schlögl sicher. „Wir geben unseren Gastgebern ein weiteres Instrument an die Hand mit ihren Gästen aktiv zu kommunizieren.

Gut vorbereitet sieht sich die BGLT auf die Zeit, wenn es heißt, wieder offensiv auf potentielle Gäste zuzugehen. So gut wie fertig ist die „Bergsommer“-Kampagne. Diese startet die BGLT, sobald bekannt ist, wann Hotels, Pensionen und Ferienwohnungen wieder Gäste aufnehmen dürfen. Buchbare Angebote, kombiniert mit anregenden Urlaubsideen, werden dann über zielgruppengerechte Online Plattformen und selbstverständlich auch über alle BGLT-Kanäle wie Website, Social Media, Newsletter sowie über Presseaussendungen kommuniziert.

Für Ende Juni ist - vorbehaltlich einer guten Entwicklung im Zusammenhang mit Covid19 - eine Pressereise geplant, die auf sehr großes Interesse stößt. „Die Journalisten freuen sich über dieses positive Signal aus dem Berchtesgadener Land“, so Brigitte Schlögl. Durch den frühen Termin der Reise sind noch passend zur kommenden Sommersaison wichtige Veröffentlichungen zu erwarten.

**Enger Austausch mit Ausflugszielen**

Auch die Ausflugsziele im Berchtesgadener Land bereiten sich intensiv auf die Zeit vor, wenn eine Öffnung wieder möglich ist. Die BGLT steht mit den großen Betrieben wie Königssee-Schifffahrt, Jennerbahn oder Predigtstuhlbahn in engem Kontakt, um Maßnahmen abzustimmen und eine gemeinsame Kommunikation zu Gästen und Gastgebern zu koordinieren. Sobald klar ist, wann und unter welchen Voraussetzungen Ausflugsziele und Museen öffnen sowie Veranstaltungen stattfinden können, wird die BGLT umgehend informieren.

Etwas Zuversicht gibt bereits jetzt die Nachfragesituation. War die BGLT-Abteilung „Service & Reservierung“ in den ersten Wochen mit der Abwicklung von Stornos, Umbuchungen und Erstellen von Alternativangeboten voll ausgelastet, so nehmen inzwischen konkrete Buchungswünsche spürbar zu. „Wir haben täglich neue Anfragen, sowohl von Individualreisenden als auch von Gruppen.“ weiß Monika Schnöll, die sich um die Vermittlung von Unterkünften kümmert. Auffallend sei dabei, dass vermehrt längere Urlaube gewünscht werden. Ein Hinweis darauf, dass der ursprünglich geplante Haupturlaub im Ausland als wenig realistisch gilt. Monika Schnöll appelliert an alle Gastgeber, freie Kapazitäten im IRS-System regelmäßig zu aktualisieren, um von interessierten Gästen gefunden zu werden.

***PRESSEKONTAKT***

Isabel Stöckl / Ursula Wischgoll

T +49 (0) 8652 65650 - 30

presse@bglt.de