

PRESSE-INFORMATION

04.02.2021

Vermarktung BAD REICHENHALL Neuer Name, bewährte Qualität und Kompetenz

Bad Reichenhall - Die „Berchtesgadener Land Tourismus GmbH“ ist bald Geschichte: Seit dem 1. Januar 2021 werden die beiden touristischen Marken des Landkreises, Bad Reichenhall und Berchtesgaden, getrennt vermarktet.

Die Stadt Bad Reichenhall übernahm alle Anteile an der BGLT GmbH. Diese wird als 100-prozentiges Tochterunternehmen der Stadt mit neuem Namen und bewährtem Team als „Bad Reichenhall Tourismus & Stadtmarketing GmbH“ weitergeführt werden.

Oberbürgermeister Dr. Christoph Lung: „Ich bin davon überzeugt, dass die Bad Reichenhall Tourismus & Stadtmarketing GmbH unter der bewährten Leitung von Dr. Brigitte Schlögl die Stadt und ihre Aktivitäten sehr gut alleine vermarkten kann. Mit unseren natürlichen Ressourcen und regionalen Besonderheiten hat die Alpenstadt richtig gute Chancen, sich mit ihren Stärken zu positiv zu präsentieren.“ Hinsichtlich der Neuaufstellung sei noch einiges im Fluss, die künftige Gesellschaftssatzung ist in Prüfung – klar sei indes, dass man weiter dem begonnenen Markenprozess folgen wolle und die eigenen Schwerpunkte weiterhin bei Gesundheit und Kultur setzen wird. Besonders hebt Dr. Lung die gute Zusammenarbeit mit der Nachbargemeinde Bayerisch Gmain hervor, die auch weiterhin von Bad Reichenhall mitbetreut wird.

Aufgaben der Bad Reichenhall Tourismus & Marketing GmbH

An den Aufgaben wird sich nicht sehr viel ändern. Schon bisher stand der Auf- und Ausbau der Marke „Bad Reichenhall“ im Mittelpunkt der Aktivitäten. Die noch als BGLT GmbH firmierende Bad Reichenhall Tourismus & Stadtmarketing GmbH (BRM) betreibt zudem die beiden Tourist Informationen in der Alpenstadt und in Bayerisch Gmain. Für die Marketing- und die strategischen Aufgaben ist ein kleines Team von 6 Personen zuständig. Ziel ist die dauerhafte Positionierung der Destination im deutschsprachigen Raum. Neben der Vermarktung der Stadt unterstützt die BRM alle touristischen Dienstleister in deren Weiterentwicklung. Sie ist Produktentwickler und für die Planung, Organisation und Durchführung von Veranstaltungen verantwortlich. Sie konzipiert aber auch neue Events. Die BRM beobachtet internationale Trends, greift diese auf, wo es zur Marke passt und macht sie für touristische Partner greifbar und umsetzbar. Gezielte Marketing-Aktionen, PR- und Pressearbeit, Pressereisen, Messen, Verkaufsförderung, Broschüren und Online-Auftritte sind die Mittel dazu. Die BRM agiert in einem Netzwerk von regionalen und überregionalen Institutionen wie z.B. dem Berchtesgadener Land Wirtschaftsservice, der Kur GmbH oder den Bad Reichenhaller Philharmonikern.

Dr. Brigitte Schlögl, Chefin der BRM: „Der Markenprozess hat den Weg vorgegeben, wir führen ihn weiter und aktualisieren ihn. Dort wo notwendig und sinnvoll, werden aber auch neue Wege beschritten. So sehen auch die konkreten Aktivitäten für 2021 aus. Eine Planungssicherheit gibt es im Moment leider nicht, daher haben wir die ersten Veranstaltungen erstmals im Mai eingeplant. Ob der Zeitplan hält, ist aber offen.“

Themen der BRM für 2021 – Ausblick

175 Jahre BADekur Reichenhall

Bad Reichenhall darf in diesem Jahr ein wichtiges Jubiläum feiern. Vor 175 Jahren wurde im Grandhotel Axelmannstein das erste Solebad zu Kurzwecken verabreicht. Damals wurde der Grundstein für unseren Kurort gelegt. Unter dem Motto: „175 Jahre BADekur Reichenhall“ erscheint eine auflagenstarke Sonder-Zeitung mit Geschichten und einigen echten und auch fiktiven Interviews aus 175 Jahren. Diese Zeitung wurde in Zusammenarbeit und intensiver Mitwirkung mit Dr. Johannes Lang, Stadtarchivar von Bad Reichenhall, erstellt.

„Besonders freut mich, dass die Bad Reichenhaller Philharmoniker ein Jubiläumskonzert am 21. Mai 2021 spielen werden“, berichtet Dr. Schlögl von den Planungen. Ob der Termin gehalten werden kann, hängt selbstverständlich von der Pandemie-Entwicklung ab. Zum Jubiläum ist außerdem eine Pressereise mit Journalisten vom 17. bis 20. Juni geplant. Für Besucher vor Ort gibt es neu die kostenlose Lauschtour-App, um sich auf die Reise durch die Kurgeschichte der Stadt zu begeben, oder man nimmt an den Sonderführungen von unseren geprüften Stadtführern zu dem Thema teil.

Gesundheit & Aktivität

Wichtige Projekte, wie der „Kur- und Heilwald“ – in Kooperation mit der Ludwig-Maximilians-Universität München – gehen in die finale Phase: gezielte Angebote mit ausgebildeten Waldtherapeuten werden entwickelt und ab Herbst 2021 erstmals für interessierte Gästegruppen angeboten. „Service, Qualität und Kompetenz ist gerade im Gesundheitssektor außerordentlich wichtig. Deshalb haben wir vor etwa einem Jahr die Gesundheits-Concierges für Fragen rund um Kur und Wohlbefinden in Bad Reichenhall ins Leben gerufen. Sie haben sich bewährt und ihre Beratungen werden sehr gerne in Anspruch genommen. Ob persönlich am Counter, per Mail oder per Telefon. „Wir werden dieses Angebot weiter ausbauen und im Sinne der Gäste-Erwartungen entwickeln“, erläutert Schlögl.

Markenbotschafter Philipp Reiter

Outdoor-Sport und Gesundheit sind in Bad Reichenhall untrennbar miteinander verbunden. Die Bergwelt rund um die Alpenstadt ist perfekt für Wander- und Radtouren. „Wir konnten mit Trailrunner Philipp Reiter einen echten Bad Reichenhaller gewinnen, der gemeinsam mit uns als Markenbotschafter das Thema Sport und Aktivität in der Alpenstadt nach außen trägt“, so Dr. Schlögl. Die Sportevents unterstreichen den aktiven, erfrischenden Charakter, den Bad Reichenhall in Zukunft verstärkt verkörpern will. Auch die Entwicklung neuer Veranstaltungsformate unter der Patronanz von Philipp Reiter ist geplant. Daneben sollen aber die bewährten Veranstaltungen wie RupertusThermen-Lauf, Grazi-Man und Thumsee-Triathlon intensiver beworben und unterstützt werden.

Kunst & Kultur

Die BRM ist Veranstalter und Partner für Events in der Alpenstadt. Neu im Veranstaltungsbogen ist ein Live-Stream-Konzert der Reichenhaller Philharmoniker in Kooperation mit der Kur-GmbH Bad Reichenhall. Aufgrund von Covid19 musste ein geplanter Termin im Jänner verschoben werden. Der neue Termin ist noch offen. In Arbeit ist derzeit das „Kulturschaufenster“. Ein Leerstand in der Fußgängerzone wird mit einer Kunstintervention bespielt. Das geschieht in Kooperation mit der Kunstakademie.

Beliebte Publikumsklassiker wie das Philharmoniker-Open-Air „Thumsee brennt“ (17. Juli 2021!), die Philharmonische Klangwolke (20. August 2021), Stadtlernen (23.-26. September 2021), und die wöchentlichen Stadtführungen stehen ebenfalls wieder auf dem Programm. Natürlich alles abhängig von Covid19.

Online – News

Die Online-Aktivitäten auf den Kanälen Facebook, Youtube, Instagram wurden die letzten Monate sehr stark intensiviert. Und das wird auch dann weitergeführt, wenn der Lockdown beendet ist. Die Webseite www.bad-reichenhall.de soll in diesem Jahr ein ReDesign erhalten. Im Zuge dieser Maßnahme wird auch der Stadtmarketing-Auftritt in die Orts-Webseite integriert und zur Belebung des Einzelhandels ein „Online-Schaufenster“ implementiert. Dieses Online-Schaufenster wird alle Einzelhändler, Gastronomen, Dienstleister präsentieren. Auch aktuelle Angebote und Veranstaltungen werden auf dieser Seite zu finden sein. Damit hat der Gast aber auch der Einheimische einen Komplettüberblick mit Suchfunktion.

Ganz neu ist auch unsere App „GastOnTour“. Es ist eine Service-App für unsere Gäste, die schon in ihrem Heimatort alle Infos für die Zeit ihres Aufenthaltes in Bad Reichenhall abrufen können. Daneben gibt es Tipps aufgrund eingegebener Interessen, Push-up Nachrichten, wenn z.B. eine Wanderroute gesperrt ist und noch vieles mehr. Diese App befindet sich derzeit in der Testphase und wird im März erstmals den Gastgebern vorgestellt.

Stadtmarketing – Belebung & Werbung für den Einzelhandel

Die Stärkung der Besucherfrequenz in der Innenstadt ist ein Ziel des Stadtmarketings in Bad Reichenhall. Ein gemeinsamer und Ausdauer erfordernder Kraftakt, den die BRM mit dem RUFO und verschiedenen Partnern bereits angegangen ist, aber durch Corona einen enormen Dämpfer erhielt. Das größte Projekt startet im März: es ist der Innovationswettbewerb in Kooperation mit der CIMA. Darin geht es um die Suche nach neuen und erfolgsversprechenden Unternehmen für die Innenstadt.

Neue Veranstaltungen sollen für Aufmerksamkeit in der Innenstadt sorgen – so soll es die „Reichenhaller Freitage“ von Mai bis September geben. An einem Freitag im Monat trifft man Musiker, Gaukler und Artisten in der Innenstadt und es ist geplant das die Geschäfte bis 20 Uhr offenhalten. Bewährt und beliebt – die Einkaufswoche „Hereinspaziert“ vom 25. bis 30. Oktober und die Weihnachtsstadt mit Christkindlmarkt ab 25. November.

Die touristisch-relevanten Themen für Bad Reichenhall gehen der BRM sicher auch in Zukunft nicht aus. Nachhaltigkeit und Mobilität, Bergfrühling, Heiraten, Filmregion, Marktforschung, Genuss, Kulinarik und Regionalität – viele Bereiche dürfen in naher Zukunft entwickelt und als Angebote in die Tat umgesetzt werden.

Dr. Brigitte Schlögl: „Wir haben mit unserem kleinen Team eine Vielzahl an Erwartungen und Aufgaben zu erfüllen. Eine große Herausforderung, die wir gemeinsam mit all unseren tollen Akteuren und Partnern meistern wollen.“

PRESSEKONTAKT

Tine Geschke/Dr. Brigitte Schlögl

T +49 (0) 8651 71511-0

presse@bad-reichenhall.de