

PRESSE-INFORMATION

Berchtesgadener Land Tourismus

3. Mai 2019

Image, Struktur und Tourismus: 1 Jahr Stadtmarketing Bad Reichenhall

Im Zuge des Markenprozesses für die Alpenstadt beschlossen, seit einem Jahr in die Tat umgesetzt: Ein systematisches Stadtmarketing für Bad Reichenhall. Verantwortlich für Aufbau und Zielsetzung ist Dr. Brigitte Schlögl, Geschäftsführerin der Berchtesgadener Land Tourismus GmbH. Sie ist überzeugt: „Das Potential dieser attraktiven und lebenswerten Stadt muss in der Öffentlichkeit viel effektiver kommuniziert werden.“

Schon lange gab es den Wunsch nach einem Stadtmarketing für Bad Reichenhall. Für Oberbürgermeister Dr. Herbert Lackner war klar, dass „die zukunftsfähige Weiterentwicklung der Innenstadt in professionelle Hände gelegt werden muss. Dazu brauchte es eine starke Persönlichkeit, die im Stadtmarketing stark vernetzt, Interessen bündelt und Maßnahmen in die Tat umsetzt. Mit Dr. Brigitte Schlögl haben wir diese Person gefunden.“, so Dr. Lackner weiter.

Zu einer der ersten Aktionen von Brigitte Schlögl gehörte eine detaillierte Marktforschung, die das Image der Stadt und den Einkaufsstandort analysierte. „Es zeigte sich deutlich, dass Bad Reichenhall einen hohen Bekanntheitsgrad im deutschsprachigen Raum hat, bei der Image-Bewertung kamen jedoch Begriffe wie alt und traditionell oft vor, wobei man hier differenzieren muss – bei Einheimischen aus dem 60 km Umkreis war diese Meinung am häufigsten vertreten. Überregionale Gäste aus Deutschland und Österreich bewerteten die Stadt als eher attraktiv, mit hohem Erholungswert und Qualität.“, erläutert Schlögl. Die unterschiedliche Wahrnehmung war dann auch Thema von zahlreichen Gesprächen mit Gewerbeverein, Geschäftsinhabern, Vermietern, Investoren, Wirtschaftsservice, Stadtverwaltung, Kur-GmbH und vielen weiteren Interessensgruppen.

Es zeigte sich, dass sich das Stadtmarketing zunächst auf die wichtigen Kernbereiche und Wünsche zur Attraktivierung der Innenstadt fokussieren muss: Veranstaltungen aus- und aufbauen, Leerstandmanagement entwickeln, Website konzipieren, sowie eine Broschüre mit Daten und Fakten für Gewerbeansiedlungen und Vernetzung umsetzen. Die eigene Wort-Bild-Marke sorgt für Wiedererkennungswert bei Wirtschaftspartnern und grenzt damit das Stadtmarketing auch sichtbar von der touristischen Marke Bad Reichenhall ab.

Hand in Hand

„Selbstverständlich werden die bestehenden Synergieeffekte zwischen Tourismus und Stadtmarketing intensiv genutzt.“, so Dr. Schlögl. So wird für November eine Einkaufswoche mit dem Titel „Wir für Sie – die Shopping-Woche mit Extras“ erarbeitet, die auf den besonderen Service und die Qualität der Geschäfte hinweisen wird. „Je attraktiver die Stadt und das Angebot, umso besser für die Bewohner und die Gäste“, macht Schlögl deutlich. Dazu tragen auch die Gespräche mit Immobilien-Händlern bei, um das in nahezu jeder Stadt problematische Thema Leerstände aktiv anzugehen. So wurden zwei länger „verwaiste“ Schaufenster mit attraktiven Innenstadt-Bildern verschönert, ein Hingucker für Spaziergänger, ein positives Zeichen für potentielle Mieter, dass man sich kümmert. Mit dem Berchtesgadener Land Wirtschaftsservice und dem Gewerbeverein hat das Stadtmarketing starke Partner die mit Know-How und Tatkraft zur Seite stehen.

Projekte aktuell

Größtes Projekt auf Veranstaltungsseite wird der Christkindlmarkt in diesem Jahr sein. Aktuell laufen bereits die Planungen und Gespräche. Großer Dank gilt hier der bisherigen Verantwortlichen, Andrea Hartmann, die bekanntermaßen den Christkindlmarkt nicht mehr organisiert: „Sie hat die Veranstaltung und alle Informationen vorbildlich übergeben und steht uns auch weiterhin mit all ihrem Wissen zur Verfügung“, berichtet Dr. Schlögl. Auch die Philharmonische Klangwolke wird mit allen bewährten Partnern weiter entwickelt.

Das Stadtmarketing konnte bereits in einigen Bereichen ansetzen, um die Attraktivität des Ortes sichtbar zu machen. Ganz aktuell wird es neue Banner mit dem Motto: „Innenstadt.echt.persönlich“ geben. „Das Ziel, die Lebendigkeit, den Service der Geschäfte und die Qualität der Alpenstadt sichtbar zu machen, ist sicher nicht von heute auf morgen zu schaffen. Ich bin jedoch zuversichtlich, dass wir gemeinsam mit allen Akteuren, Einheimischen und Gästen, auf einem guten Weg zum Wohle der Stadt befinden.“, bekräftigt Dr. Schlögl.

Dass das Stadtmarketing bei der BGLT in guten Händen ist, macht Oberbürgermeister Dr. Herbert Lackner deutlich. „Ich schätze das Engagement von Dr. Schlögl sehr. Die Berücksichtigung der touristischen Marke Bad Reichenhall und die intensive Auseinandersetzung mit dem Marketing für unsere der Stadt sollte man nicht getrennt voneinander betrachten. Deshalb sehe ich die BGLT hier auch als federführendes Organ, die unsere Stadt zukunftsfähig in beiden Themenbereichen gestalten wird.“

STADTMARKETING

Dr. Brigitte Schlögl

Geschäftsführerin BGLT GmbH

T +49(0) 8651-12

[@bglt.de](https://www.bglt.de)

[berchtesgaden.de](https://www.berchtesgaden.de)

PRESSEKONTAKT

Tine Geschke

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

T +49(0) 8651 71511-30

t.geschke@bglt.de

[bad-reichenhall.de](https://www.bad-reichenhall.de)