

Hotels wollen Abwärtstrend stoppen: Gemeinsam mehr Urlauber gewinnen

Werbegemeinschaft gründete sich vor eineinhalb Jahren – Erste Aktionen bereits erfolgreich

Passau (red). „Bayerischer Wald mit Herz“ ist das Motto, unter dem sich vor eineinhalb Jahren Hotels zusammengeschlossen haben, um gemeinsam für die Region zu werben. Ausschlaggebend für den Zusammenschluss waren die rückläufigen Übernachtungszahlen vom Lallinger Winkel über die Region Sonnenwald, vom Dreiburgenland bis ins Ilztal. Aber statt zu jammern betrieb man Ursachenforschung. Das Ergebnis: „Wir brauchen ein Qualitätsprofil.“

Fakt ist: In den vergangenen Jahrzehnten fuhr man in den Bayerischen Wald, weil man in einer schönen Umgebung preiswert Urlaub machen konnte. Doch inzwischen wirbt das Ausland mit Dumping-Preisen und Fluggesellschaften mit Billigflügen.



Machen sich für den Tourismus in der Region stark (v.l.): Coach Dr. Ursula Diepolder, Stefanie Vincke (Landhaus zu Ohe, Schönberg), Elisabeth Kriegl (Marketing), Rudolf Jobst (Berghotel Brotjackriegel, Duxstein), Walter und Paula Tauer (Landhaus Paula, Tittling), Peter Riedel (Haus Schönblick, Langfurth), Alfons Wimmer (Hotel Wimmer, Ölberg), Anton Müller (Gasthaus Post, Thurmansbang), Sigrid Kamm (Kamm Bräu, Zenting) und Ludwig Schürger (Hotel Schürger, Thurmansbang).

(Foto: Hüseemann)

Die Chance der Zukunft: Mehr Qualität fürs Geld

Damit kann der Bayerische Wald nicht konkurrieren und auch nicht leben. „Die Zukunft unserer Region liegt in einem qualitativ hohen Urlaubs- und Freizeitwert – mit einem überschaubaren, bezahlbaren Preisniveau“, stellten die Kooperationspartner fest und beschlossen, vermehrt auf Bewegung und Gesundheit zu setzen. Wandern, walken, joggen, reiten, radeln in einer intakten Natur – das werden, sind sich die Initiatoren sicher, die gestressten Menschen aus den Ballungszentren vermehrt brauchen und in der Region finden. Durch gezielte

Schulungsmaßnahmen, die sich hauptsächlich auf die Service- und Qualitätsverbesserung in den Betrieben konzentrieren, will man den Anforderungen und Ansprüchen der Gäste, der Region und dem Bayerischen Wald gerecht werden.

Unterstützt werden diese Aktivitäten von der IHK Passau, der vhs Freyung-Grafenau und Fördermitteln der Europäischen Union. So entstand bereits ein gemeinsamer Flyer, der in Rekordzeit mit einer Auflage von 20 000 Stück erstellt und bei Einkaufsmärkten zwischen München und

Ravensburg verteilt wurde. Mit Erfolg: Bei verschiedenen Hotels und Gasthöfen gingen daraufhin Buchungen ein.

Post-Mailing-Aktion an 5000 Adressen geplant

Der letzte gemeinsame Auftritt der Kooperation war im November bei der Consuma in Nürnberg. Dabei stellte sich heraus, dass gerade im Bereich Nürnberg, Erlangen und Fürth viele Bewohner zwar den oberen Bayerischen Wald – also Bodenmais, Zwiesel und Cham – besuchen, die heim-

ische Urlaubsregion aber weniger kennen. Der Motor der Werbegemeinschaft, dem Hotels, Gasthöfe, Pensionen und Betreiber von Ferienwohnungen angehören, ist das Wellnesshotel Schürger in Thurmansbang. Ludwig Schürger hat auch schon Ideen für weitere Aktionen: Demnächst soll ein Post-Mailing herausgehen. Die gemeinsame Adressdatenbank umfasst inzwischen 5000 Adressen. Außerdem will man nächstes Jahr auf fünf Messen vertreten sein, Kontakt zu Reiseunternehmen aufbauen und gezielt in Großstädten wie Mannheim, Stuttgart und München werben.