

Pressemitteilung zur TOURISMUSWOCHE OBERBAYERN 2021
ZUM „TAG DER TOURISMUSWIRTSCHAFT“ AM 19. NOVEMBER 2021

Flexibel sein und nach vorne gucken – Was die Tourismusbranche in Oberbayern aus der Krise gelernt hat

TOM e.V. zieht positive Bilanz der ersten Tourismuswoche
Oberbayern

Nach vorne schauen, Zäsuren nutzen, Kontakt halten und flexibel bleiben – das sind die Kernkompetenzen, die die Tourismuswirtschaft in Oberbayern in der Krise benötigt. Dies ist der Tenor der Tourismusexperten, die sich am „Tag der Tourismuswirtschaft“ in einer Talkrunde speziell über das Thema Resilienz austauschten. Krisen werde es immer geben, und auch wenn die Corona-Pandemie die Frage nach der Marktfähigkeit von Tourismusbetrieben radikal verschärft habe, dürfe es nicht nur darum gehen, Krisen irgendwie zu überstehen, sondern diese auch gezielt zu nutzen, um das eigene Profil und Angebote auf den Prüfstand zu stellen und zu optimieren. So habe die Tourismuswirtschaft in Oberbayern in der Pandemie wichtige Themen wie Digitalisierung, neue Nachfragestrukturen und Tourismusakzeptanz in den Blick genommen und sich in vielen Bereichen neu aufgestellt. Die Talkrunde bot wertvolle Impulse für Tourismusakteure und bildete so den idealen Abschluss der Tourismuswoche Oberbayern, mit der der Tourismus Oberbayern München (TOM) e.V. interessante Einblicke hinter die Kulissen des Tourismus geben wollte.

Es gibt kein Patentrezept, darin waren sich die Teilnehmer:innen einig. **Oswald Pehel, Geschäftsführer des Tourismus Oberbayern München e.V.**, zeigte sich optimistisch: „Wir haben aus der Krise gelernt, wichtige neue Formate geschaffen und wir konnten uns nicht zuletzt als verlässlicher Partner und Wissensmanager für unsere Mitglieder beweisen. Alte und neue Netzwerke wie unsere online-Stammtische waren für mich eine Kraftquelle in der Krise“. Der touristische Dachverband will künftig die Netzwerkfäden noch weiter spinnen und stärker andere Branchen und die Menschen in Oberbayern mit einbeziehen.

Harald Gmeiner, Vorstand Alpenregion Tegernsee Schliersee KU, betonte ebenfalls die große Bedeutung von Netzwerken und Austausch untereinander – auch und gerade im Lockdown. Er riet dazu, positiv zu denken: „Immerhin sind wir jetzt langsam Krisen gewohnt. Bei uns hat die Corona-Krise als Booster gewirkt und wichtige strukturelle

Umgestaltungsprozesse in Gang gesetzt“. So sei in der Alpenregion in der Pandemie deutlich geworden, dass Tourismus nur mit den Einheimischen funktionieren und statt des bisher klassischen Destinationsmarketings das regionale Entwicklungsmanagement immer wichtiger werde.

Hannes Lichtmanegger, Inhaber des Berghotel „Rehlegg“, riet ebenfalls dazu, nach vorne zu schauen. „Unser Haus gibt es seit über 600 Jahren, dabei haben die Eigentümer, Mitarbeiter und Bewohner zahlreiche Krisen bewältigen müssen!“ Die Schließungsphasen habe das Hotel dazu genutzt, um das Beste für den Betrieb zu machen: da wurde die Spülkraft zum Polsterer; und Umbaumaßnahmen wurden durchgeführt, die im laufenden Betrieb nicht möglich gewesen wären. „Wir haben sogar investiert, weil wir an unser Produkt glauben“. Besonders wichtig war es dem Hotelchef, auch in schweren Zeiten sowohl mit seinen Gästen als auch mit Mitarbeitenden in Verbindung zu bleiben und diesen Sicherheit zu vermitteln. Mit Angeboten wie einem corona-konformen Drive-Through-Weihnachtsmarkt im letzten Winter stellte das Rehlegg seine Flexibilität sehr kreativ unter Beweis.

Welche große Rolle Flexibilität in Krisensituationen spielt, unterstrich auch **Antonia Asenstorfer Leiterin Kommunikation und Marketing der Brauneck- und Wallbergbahnen GmbH und der Alpenbahnen Spitzingsee GmbH**. „Ich habe noch nie so viel für den Mülleimer gearbeitet wie in den letzten 20 Monaten. Letztlich habe ich aber gelernt, dass wir einfach in der Lage sein müssen, uns immer wieder schnell auf neue Situationen einzustellen.“ Ein guter Informationsaustausch mit der Belegschaft sei in Krisen extrem wichtig – für ihren Betrieb in Corona-Zeiten eine besondere Herausforderung: „Den Pistenraupenfahrer erreicht man eben nicht über eine ZOOM-Konferenz. Wir haben uns daher die Mühe gemacht und unsere Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen regelmäßig angerufen, um uns mit ihnen über ihre Sorgen und Ängste auszutauschen.“

Seine rund 80 Mitarbeiter:innen gut durch die Krise zu begleiten, war auch **Michael Gerber, Geschäftsführer der GaPa Tourismus GmbH**, sehr wichtig. Auch wenn er zumindest ökonomische Sicherheit bieten konnte, wollte er die Belegschaft auch emotional mitnehmen und ihnen zu sinnstiftender Arbeit zu verhelfen. „Wenn Events nicht stattfinden dürfen und Tourist-Infos geschlossen haben, dann muss man diese Zäsur für Veränderungsprozesse nutzen und bisherige Formate in Frage stellen“. Für manche Bereiche hat der Tourismusmanager nun Krisenstrategien in der Schublade. Aber das Nachdenken dürfe nie aufhören, so auch Lars Bengsch, Geschäftsführer der dwif Consulting GmbH, der die Talkrunde moderierte. „Dynamische Resilienz“ sei nötig, denn die aktuellen Entwicklungen in Bayern zeigten: „Nach der Krise ist vor der Krise“.

Tourismuswoche Oberbayern brachte wichtige Impulse

Mit dem ‚Tag der Tourismuswirtschaft‘ endet auch die erste Tourismuswoche Oberbayern, die vom 15. bis 19. November 2021 wichtige Themen rund um den Tourismus in Oberbayern beleuchtete. „Für mich war die Tourismuswoche ein ganz wichtiger Impuls, Entwicklungen zu hinterfragen, an den eigenen Strategien zu arbeiten und sich untereinander zu vernetzen“ erklärte Oswald Pehel und zog eine positive Bilanz. „Dieser fruchtbare Austausch ist wichtiger denn je, nur gemeinsam können wir kluge Lösungen finden, gut durch die Krise zu gehen und uns auf neue Themen einzustellen.“ Besonders beeindruckt war Pehel vom lebendigen Austausch zwischen den eCoaches, die mit ganz persönlichen Gesprächen und Beratungen die Digitalisierung in die Fläche tragen. Auch der ‚Tag der Arbeit im Tourismus‘ zeigte, wie es gelingen kann, dem Fachkräftemangel zu begegnen. Dabei spielten die „Tourismushelden“ aus dem Service und aus den Tourismusbetrieben eine wichtige Rolle, die am ‚Tag der Tourismushelden‘ erstmals ins Rampenlicht gestellt wurden. Schließlich habe der Fotowettbewerb „Tourismus bei mia dahoam“ nochmals untermauert, dass es einen sehr positiven Blick auf die Tourismusregion Oberbayern gibt und dass viele Einheimische stolz auf ihre Naturschönheiten, Kulturziele und Freizeitangebote sind. „Mit der Tourismuswoche konnten wir viele Touristiker, aber auch Einheimische, die Politik und die freie Wirtschaft erreichen. Damit ist das Format für mich ein Erfolgsmodell, das unserem Anspruch, stärkstes Tourismusnetzwerk zu sein, voll gerecht wird.“

PRESSEKONTAKTE

Tourismus Oberbayern München (TOM) e.V.

Cindy Peplinski

Prinzregentenstr. 89, 81675 München

Tel.: 089 / 638 958 79-12

cindy.peplinski@oberbayern.de

B2B Kommunikation i.A. des TOM e.V.

Kirsten Lehnert

projekt2508 GmbH

Tel.: 0228 / 184967-44

presse@projekt2508.de