



Aus Bayern in die Welt

Ostbayern agiert als Dienstleister für digitale Vermarktung. Davon profitieren auch andere deutsche Destinationen.

JULIA KRAUSE

Grüne Wiesen und feste Wanderstiefel mögen vielleicht die ersten Bilder sein, die einem zur Region Ostbayern in den Sinn kommen. Hinter den Kulissen wird die ländliche Idylle jedoch weitaus besser vermarktet als es bei so mancher dichtbevölkerter Stadt der Fall ist. Denn der Tourismusverband Ostbayern hat das geschafft, wovon andere Destinationen nur träumen: Mit der Gründung der Online Buchung Service GmbH, kurz OBS, hat sie auch die kleineren und mittleren Betriebe ins digitale Zeitalter katapultiert. Denn das Unterneh-

men fungiert als Mittler zu so gut wie allen für den deutschen Markt relevanten Online-Portalen. Neben Booking.com und Expedia sind das neun weitere. Seit März dieses Jahres zählt auch Airbnb dazu.

„Insgesamt betreuen wir 4000 Objekte“, sagt Michael Braun, der die Geschäfte der OBS zusammen mit Magdalena Lexa führt. Die meisten davon hätten weniger als 40 Zimmer. Jeden Monat kämen 60 bis 70 neue Betriebe dazu. Und zwar längst nicht mehr nur in Ostbayern. Seit Mitte 2017 hat die OBS begonnen, Kunden in Niederösterreich und ganz Deutschland

zu betreuen, so etwa auch in Niedersachsen und Nordrhein-Westfalen. Inzwischen werde das Wachstum nur noch personell gebremst – trotz durchschnittlich einer Neueinstellung pro Monat.

FÜR DIE TEILNEHMENDEN REGIONEN und ihre Hotels, Pensionen und Ferienhäuser geht es dabei nicht nur um eine bessere Auslastung und Erhöhung der Übernachtungszahlen. „Wir wollen vor allem die Zahl der online buchbaren Betriebe steigern“, sagt Michael Beckmann, Geschäftsführer von Winterberg Touristik im Sau-