

## Internationale Marktbearbeitung Bodensee – Italien B2B Trade:

### 1. Bodensee Sales Tour Italien 2023 - IBT GmbH für die Vierländerregion Bodensee (VLR) in der Region Toskana/Mittelitalien in KW 16, 17.04 – 20.04.2023

Diese Sales Tour konzentrierte sich auf die Region Toskana, hier auf die Städte und Provinzen, Florenz, Pisa, Arezzo, Lucca, Empoli und Massa Carrara.

Die Region Toskana gehört zu den wichtigsten italienischen Quellmärkten für die VLR.

Neben der gegebenen Kaufkraft und Reisefreudigkeit der Bevölkerung, sind folgende weitere erhebliche strategische Vorteile dieser Quellregion:

- Bedingt durch die relativ weite Entfernung werden i.d.R. alle Reisen in die VLR Bodensee mit mindestens 2 Übernachtungen in der VLR angeboten.
- Reine Tagesausflüge in die VLR wie sie teilweise aus nördlicheren italienischen Gebieten/Regionen angeboten werden, werden von hier aus i.d.R. erst gar nicht in Betracht gezogen.

Insgesamt wurden **11 Reiseveranstalter (RV) und Reisebüros mit Eigenveranstaltung** zu vorab vereinbarten Terminen besucht.

#### Besonders wichtig nach der Coronakrise:

Die Vierländerregion Bodensee kann von der IBT und ihren Partnern als potenziell geeignetes touristisches internationales Nahziel für den bereits vollendeten Restart empfohlen und vom B2B-Bereich/Trade als solches erfolgversprechend wahrgenommen werden.

Auch bei dieser 3. "Post-Corona"- Sales Tour habe ich mich bei allen Präsentationen hauptsächlich auf Reisetemen wie Natur, Landschaft, Nachhaltigkeit, Aktivtourismus und regionale Kulinarik konzentriert, da diese Reisetemen international Corona-bedingt verstärkt nachgefragt werden.

Desweiteren habe ich die Bodensee Card Plus (BCP) vorgestellt.

Dadurch konnte die VLR Bodensee insgesamt als ideales internationales Nahziel für die zukünftige oder bereits existierende Programmgestaltung dargestellt werden.

Unsere IBT Sales Touren folgen dem fundamental wichtigen Grundsatz der marketingtechnischen Kontinuität. Darüber hinaus war es ein **guter Zeitpunkt für eine Sales Tour**, da die RV **die VLR Bodensee** aktualisiert in ihre **Planung für die Sommerprogramme 2023 und Herbst-/Winterprogramme 2023** einbeziehen konnten. Zudem dienten alle Termine auch der Kontaktpflege.

Durchführung der Sales Tour vor Ort: Antonio Vezzoso, IBT GmbH.

**Es folgen die Kontaktdaten der jeweils besuchten Reiseveranstalter  
und stichpunktartige Zusammenfassungen der Gespräche:**

1. **Viaggi Monsoglio Turismo e Cultura**, Arezzo, Toskana.

Via Alessi 34

52100 Arezzo

**AP: Frau Patrizia Fabbri, Mitinhaberin.**

Persönliche Mailadresse der Ansprechpartnerin: [patrizia.monsoglio@gmail.com](mailto:patrizia.monsoglio@gmail.com)

Regionaler Busreiseveranstalter mit eigenem Reisebüro. Sind auch Incomer für die Region Toskana.

Gehört dem traditionsreichen Busunternehmen **Autolinee Fabbri**

Websites:

[http://www.monsoglio.it/offerte\\_speciali/gite\\_viaggi\\_di\\_gruppo.html](http://www.monsoglio.it/offerte_speciali/gite_viaggi_di_gruppo.html)

[www.autolineefabbri.com/fabbri](http://www.autolineefabbri.com/fabbri)

**Zielgruppen:** CRAL = Freizeitorganisationen von Unternehmen, Gruppen auf Anfrage, Senioren, Schulklassen, Kleingruppen. Bieten weltweite Gruppenreisen an.

**Im Gespräch:**

Verschiedene Programme und Routen besprochen u.a mit Standort Feldkirch oder Stockach.

RV legt großen Wert auf gutes Essen im Rahmen einer HP.

RV plant für Winter 2023 Weihnachtsmärkte in der VLR anzubieten und eventuell Silvesterevents und für 2024 eine VLR Tour zu Ostern. RV arbeitet i.d.R. auf der Basis von fertigen Programmen von Incoming-Agenturen. Grundsätzlich gefällt dem RV die VLR sehr.

Deshalb Kontakt von BTT gegeben.

**Vertrieb:** Über das eigene Reisebüro + Online + Socia Media

Als Ergänzung zu diesem RV gerne die Berichte der 1.Sales Tour IBT VLR 2017 vom 14.-17.März und der 3. Sales Tour der IBT 2019 vom 10. Juni – 12. Juni lesen.

2. **Pepita Viaggi**, Arezzo, Toskana

Via Ristoro D'Arezzo, 68

52100 Arezzo

**AP: Frau Antonella Pacetti, Mitinhaberin**

Persönliche Mailadresse der Ansprechpartnerin: [antonella@pepitaviaggi.com](mailto:antonella@pepitaviaggi.com)

Website: [www.pepitaviaggi.com](http://www.pepitaviaggi.com)

Guter regionaler Reiseveranstalter mit eigenem Reisebüro.

Inzwischen VLR Bodensee regelmäßig im Programm, teilweise auch an Silvester.

Die IBT hat inzwischen einen sehr guten Kontakt zum RV.

Waren Teilnehmer am Famtrip Bodensee der IBT im November 2017.

**Zielgruppen:** Akademiker, Lehrer, Kulturinteressierte, mittleres bis hohes Segment, deshalb immer schöne/hochwertige Programme angestrebt. Kundenstamm wird nach Corona jünger.

**Im Gespräch:**

Versteht sich als Qualitätsanbieter. Mittleres bis hohes Segment. Bucht gerne Local guides.

Aktuell VLR 12.-16. August im Programm in Kombi mit Tessin und Hohenzollern.

Kunden geben nach Corona gerne etwas mehr aus für wertige Reisen.

Gruppen werden kleiner, starten jetzt i.d.R. ab 20 TN.

Arbeiten mit dem RV Dimensione Europa/Bergamo/Rosenheim, siehe IBT RV-Datenbank zusammen.

**Vertrieb:** Über das eigenen Reisebüro + Online+ Social Media

Als Ergänzung zu diesem RV gerne die Berichte der 1.Sales Tour IBT VLR 2017 vom 14.-17.März und der 3. Sales Tour der IBT 2019 vom 10. Juni – 12. Juni lesen.

3. **Le Balze Viaggi**, Terranuova Bracciolini, Provinz Arezzo, Toskana

Via Roma 69

52028 Terranuova Bracciolini(AR)

**AP: Frau Donata Casino, Inhaberin und Geschäftsführerin**

Persönliche Mailadresse der Ansprechpartnerin: [info@lebalzeviaggi.it](mailto:info@lebalzeviaggi.it)

Website: [www.lebalzeviaggi.it](http://www.lebalzeviaggi.it)

Guter regionaler, inhabergeführter Reiseveranstalter mit 2 eigenen Reisebüros in Terranuova Bracciolini und in Florenz. RV ist auch Incomer für die Region Toskana.

**Zielgruppen:** Sowohl Zubuchergruppen als auch geschlossene Gruppen bspw. Pfarrgemeinden, CRAL = Freizeitorganisationen von Unternehmen. Über 50 Jahre.

Bieten weltweite Gruppenreisen aller Art an.

RV hatte VLR zuletzt in 2019 im Programm.

**Im Gespräch:**

Die VLR Bodensee hat ein optimales Image für den RV.

Etwas hochpreisig aber durch die Qualität gerechtfertigt. Nach Corona hat das Interesse an Aktiv-tourismus und Naturerlebnissen zugenommen. Die vielfältigen Möglichkeiten an Wander-und Rad-reisen in der VLR angesprochen.

BTT Lindau als Incomer empfohlen.

**Vertrieb:** über die eigenen Reisebüros und weitere Reisebüros in der Toskana, bspw. auch Lucchesia Viaggi in Barga(Lucca) die auch unregelmäßig die VLR im eigenen Programm haben + Online + Social Media

(Details siehe RV-Datenbank IBT).

4. **Resco Travel**, Rignano sull'Arno, Florenz

Via Molinuzzo 30 D

50067 Rignano sull'Arno, Località Rosano, Florenz

**AP Frau Carla Alterini, Mitinhaberin.** RV, Busveranstalter und Reisebüro - [www.rescotravel.it](http://www.rescotravel.it)

Direkte Mailadresse des AP: [Info@rescotravel.it](mailto:Info@rescotravel.it)

Dazu gehört auch das mittelständische traditionsreiche Busunternehmen **Fratelli Alterini** (30 eigene Busse).

**Zielgruppen:** Versteht sich als Qualitätsanbieter. Gruppen aller Art. Mittleres bis hohes Segment. Aber auch Schulklassen.

**Vertrieb:** Mehrmals pro Jahr Flyer mit Programmen/Angeboten, ansonsten alles online.

In der Vergangenheit VLR im Programm, im Sommer u.a. mit Hotel in St. Gallen, Radisson Blu Hotel.

**Im Gespräch:**

Verschiedene für den RV neue Programme und Routen besprochen, auch längere Reisen mit bis zu 7/8 Übernachtungen in Kombi mit dem Schwarzwald.

Planen die VLR nach Möglichkeit noch in 2023 wieder anzubieten.

Auf Wunsch des RV werde ich bei der Programmgestaltung aktiv mithelfen.

RV kommt wenn sie soweit sind zeitnah auf mich zu.

Als Ergänzung zu diesem RV gerne den Bericht der 1.Sales Tour IBT VLR 2017 vom 14.-17.März le-sen.

5. **Certosa Viaggi**, Florenz.

Via Mario Orsini,2

50125 Florenz

**AP: Frau Sabrina Irenei, Filialleiterin/Geschäftsleitung**

[www.certosaviaggi.it](http://www.certosaviaggi.it)

Persönliche Mailadresse des AP: [sabrina@certosaviaggi.it](mailto:sabrina@certosaviaggi.it)

Kleiner traditionsreicher RV und Reisebüro, 2 Filialen.

**Zielgruppen:** Gruppen aller Art.

**Vertrieb:** Direktvertrieb, viel online, und über andere Reisebüros.

Aktuell keine VLR im Programm. In der Vergangenheit VLR im Programm.

**Im Gespräch:**

Kennen die VLR nicht, "Lago di Costanza" nur vom Namen her.

VLR ist eine attraktive und interessante, immer noch neue Destination, sehen Potenzial für die VLR.

Planen als Folge des Sales Termins 2023 Weihnachtsmärkte in der VLR anzubieten.

Melden sich bei mir wenn die diesbezügliche Programmgestaltung ansteht.

Als Ergänzung zu diesem RV gerne den Bericht der 1. Sales Tour IBT VLR 2017 vom 14.-17. März lesen.

6. **Girandola Viaggi**, Empoli, Florenz

Via Giulio Masini, 11-13

50053 Empoli (Florenz)

[www.lagirandolaviaggi.it/home](http://www.lagirandolaviaggi.it/home)

**AP: Herr Valerio Negro, Inhaber.** Persönliche Mailadresse des AP: [valerio@lagirandolaviaggi.it](mailto:valerio@lagirandolaviaggi.it)

Kleiner traditionsreicher regionaler RV mit eigenem Reisebüro.

Spezialisiert auf weltweite Gruppenreisen aller Art.

**Zielgruppen:** Gruppen aller Art, geschlossene Gruppen, Zubucher, Gemeinden.

**Vertrieb:** Kleiner Katalog Sommer. Über das eigene Reisebüro und andere Reisebüros in der Toskana + Online + Social Media.

Aktuell wird die VLR mit einem umfangreichen Programm mit Standorthotel in Pfullendorf angeboten. Dies wurde über den Incomer Compact Travel Service/Limburg gebucht.

Siehe Link zum kompletten Programm <https://www.lagirandolaviaggi.it/vis-art/219192/LAGO-DI-COSTANZA-CASCATE-DEL-RENO>

**Im Gespräch:**

RV verzeichnet ein höheres Interesse an Aktivtourismus.

RV sieht nach wie vor Potenzial für klassische Programme mit neuen Programmelementen. Deshalb habe ich entsprechende Programmpunkte angesprochen. RV kommt gerne auf mich zu für weitere Tipps und Anregungen.

BTT/ Lindau empfohlen da der RV Interesse an Zusammenarbeit mit lokalen Incomern hat.

Als Ergänzung zu La Girandola Viaggi gerne auch den Bericht 1. Sales Tour IBT VLR 2017 vom 14.-17. März lesen.

7. **Barbarossa Viaggi**, Ponte a Egola, Pisa

Piazza Guido Rossa, 25

56028 Ponte a Egola /San Miniato, Pisa

**AP: Frau Angela Sestini Mitinhaberin/Produktmanagement**

Persönliche Mailadresse der AP: [angela@barbarossaviaggi.it](mailto:angela@barbarossaviaggi.it)

**und Frau Alessandra Ragonieri, Leiterin Gruppenabteilung**

Persönliche Mailadresse der AP: [barbarossa@barbarossaviaggi.it](mailto:barbarossa@barbarossaviaggi.it)

Website: [www.barbarossaviaggi.it](http://www.barbarossaviaggi.it)

Wichtiger traditionsreicher regionaler RV mit eigenem Reisebüro.

**Zielgruppen:** Spezialisiert u.a. auf Gruppenreisen aller Art, europaweit.

Hat auch Banken als Kunden.

Hat die VLR in der Vergangenheit unregelmäßig angeboten.

Alessandra Ragonieri war TN des Famtrips der IBT vom 15.- 18. Juni 2023.

**Im Gespräch:**

Teilhhaberwechsel hat stattgefunden.

Die jahrelange Zusammenarbeit mit Antologia Viaggi, Pistoia wurde beendet.

Wollen jetzt wieder mehr Gruppen machen, deshalb wurde Alessandra Ragonieri eingestellt.



VLR ist/war für das Team eine neue fast unbekannte Destination.  
VLR geografisch und logistisch präsentiert mit allen relevanten VLR Themen.  
BTT Lindau als Incomer empfohlen.

**Vertrieb:**

Über eigenes Reisebüro und 300 Reisebüros in der Toskana und Online.

Als Ergänzung zu diesem RV gerne den Bericht 1.Sales Tour IBT KW 19 in 2018 lesen.

8. **Sissi Viaggi**, Pisa, Toskana

Via Nino Pisano 9/11

56122 Pisa

**AP: Frau Luisella Gambini, Gruppenabteilung**

Direkte Mailadresse der AP: [luisella@sissiviaggi.it](mailto:luisella@sissiviaggi.it)

Herr Raffaele Leoncini, ist Inhaber des RV, aber immer unterwegs, da er selbst einen seiner Busse fährt. Er macht letzten Endes die Programme.

Kleiner traditionsreicher Busveranstalter (eigene Busse) und Reisebüro (neues Firmenbüro)

Spezialisiert auf weltweite Gruppenreisen aller Art.

**Zielgruppen:** Gruppen aller Art, Rentner/Senioren, über 60 Jahre, Schulklassen, Einzelreisende.

Zuletzt VLR Bodensee in 2017 im Programm.

**Im Gespräch:**

Arbeiten für VLR Programme je nach Bedarf direkt und/oder mit italienischen B2B RV zusammen wie bspw. San Marino Events (Famtrip TN September 2022) oder Titan Travel aus San Marino zusammen. Diese sind der IBT bereits gut bekannt, siehe dazu auch die RV-Datei der IBT.

Raffaele Leoncini kennt die VLR persönlich und meldet sich bei passender Gelegenheit bzgl. einer neuen VLR Programmgestaltung.

**Vertrieb:** Direktvertrieb und über eigenes Reisebüro.

Machen 2 Kataloge pro Jahr: Frühjahr/Sommer und Herbst/Winter.

Als Ergänzung zu diesem RV gerne den Bericht 1.Sales Tour IBT VLR 2017 vom 14.-17.März lesen.

9. **Zinica Viaggi**, Pisa, Toskana.

Piazza Francesco Domenico Guerrazzi, 19,

56125 Pisa

<http://www.zinicaviaggi.com/contatti>

**AP: Herr Valerio Pasqualetti, Leiter Gruppenabteilung**

Persönliche Mailadresse des AP: [valerio.zinicaviaggi@gmail.com](mailto:valerio.zinicaviaggi@gmail.com)

Wichtiges lokales Reisebüro mit Eigenveranstaltung.

Bis dato in der Vergangenheit nur Weihnachtsmärkte in VLR in LI und Feldkirch im Programm gehabt.

**Zielgruppen:** Gruppen aller Art, geschlossene Gruppen und Zubuchergruppen, CRAL = Freizeitorganisationen von Unternehmen, Verbände, Schulklassen, 0-99 Jahre, Familien.

**Vertrieb:** Über eigenes Reisebüro. Onlinevertrieb, kein Katalog, nur sporadisch Flyer und Social Media bspw. Facebook.

**Im Gespräch:**

AP ist neu im Team und hat keinerlei Zielgebietskenntnisse der VLR.

Deshalb habe ich die geografischen und thematischen Grundlagen der VLR präsentiert.

Laut Valerio wäre ein Kombi mit dem Schwarzwald interessant. Valerio ist interessierter Kandidat für einen der nächsten Famtrips der IBT. Interesse für die Destination VLR ist geweckt.

Nach Sales Termin wird VLR als sehr interessante Destination empfunden.

Als Ergänzung zu Zinica Viaggi gerne auch den Bericht 1. Sales Tour IBT 2018 in KW 19

10. **SAT Viaggi – Capa Viaggi Lorenzini**, Massa, Toskana

Piazza Liberazione, 39,  
54100 Massa (MS)

<https://www.viaggicapaitalia.it/>

**AP: Luca Lorenzini, Geschäftsleitung/Inhaber, Geschäftsführung kürzlich übernommen vom Senior Chef Carlo Lorenzini.**

Persönliche Mailadresse des AP: [luca@satviaggi.it](mailto:luca@satviaggi.it)

Einer der größten traditionsreichen Busveranstalter Mittelitaliens mit einem eigenen Reisebüro. In der Vergangenheit VLR regelmäßiger im Programm.

**Zielgruppen:** alle Arten von Gruppenreisen, Pfarrgemeinden, Schulen, Verbände, CRAL = Freizeitor-  
ganisationen von Unternehmen.

**Vertrieb:** Über die eigenen Reisebüros und über andere Reisebüros in der Toskana und Ligurien  
Online + Social Media.

**Im Gespräch:**

RV muss neue Gästegruppen finden. Die Coronapandemie hat eine neue Marktsituation geschaffen. Da keine persönlichen Zielgebietenkenntnisse vorhanden, habe ich die geografischen, thematischen und logistischen Grundlagen der VLR dargelegt. Luca Lorenzini empfindet die VLR als sehr interessante Destination. Für den Winter 2023 wären Weihnachtsmärkte in der VLR als Programm interessant. Auf Wunsch BTT Lindau als lokalen Incomer empfohlen.

*Als Ergänzung zu SAT Viaggi gerne auch den Bericht Exklusive Sales Tour VTWB 12. – 15. Juni 2017 lesen.*

11. **Altaversilia Viaggi**, Pietrasanta(Lucca), Toskana

Via Aurelia Nord, 25  
55045 Pietrasanta (LU)

[www.altaversiliaviaggi.it/index.php](http://www.altaversiliaviaggi.it/index.php) , [www.fratelliverona.com](http://www.fratelliverona.com)

**AP: Herr Piero Verona, Mitinhaber.** [info@altaversiliaviaggi.it](mailto:info@altaversiliaviaggi.it) + [gruppi@altaversiliaviaggi.it](mailto:gruppi@altaversiliaviaggi.it)

Mittlerer inhabergeführter Busveranstalter und Reisebüro. Gehört dem Busunternehmen Fratelli Verona, Pietrasanta.

RV hat die VLR unregelmäßig im Programm. Aktuell die VLR im Programm vom 7. – 11. August.

**Zielgruppen:** Gruppen aller Art, auch viele Schulklassen.

**Vertrieb:** Vertrieb über eigenes Reisebüro + Onlinevertrieb.

**Im Gespräch:**

VLR wird als interessante weil vielfältige internationale Destination geschätzt.

Inzwischen arbeiten die beiden Töchter des Mitinhabers in der Gruppenabteilung mit.

Auf Wunsch BTT Lindau als lokalen Incomer empfohlen.

Kandidat für zukünftige Famtrips.

*Als Ergänzung zu Altaversilia Viaggi gerne den Bericht 1. Sales Tour 14.-17.03.2017 lesen.*

## Erkenntnisse und Feedbacks für die VLR Bodensee der 1. Sales Tour 2023 in der Region Toskana in KW 16:

Analog zu allen bisherigen Sales Touren war auch diese Tour wieder von einem erheblichen Interesse an der Destination Vierländerregion Bodensee und ihren Reisetemen seitens der kontaktierten Reiseveranstalter geprägt. Dies trotz der immer noch spürbaren Folgen der Corona-Pandemie mit all ihren negativen Umständen und Konsequenzen für die Reiseveranstalter wie der schlagartig wieder begonnene Buchungsanstieg, aber teilweise immer noch reduzierten Bürozeiten und vor allem der angespannten Personalsituation etc. So gesehen kann das entgegengebrachte Interesse der Reiseveranstalter für die VLR Bodensee unter diesen ungewöhnlichen Umständen nicht hoch genug eingeschätzt werden.

Die positiven Erkenntnisse und Prognosen der vergangenen Sales Touren, die mitten in der Coronakrise im Oktober 2020 und im Mai und Juni 2021 durchgeführt wurden, aber auch die Sales Touren die im Juni 2022 und im November durchgeführt wurde, haben sich auch bei dieser Sales Tour weitestgehend bestätigt.

**Für die zukünftige Planung bedeutet dies für alle interessierten Tourismusakteure in der VLR erfreulicherweise folgendes:**

Die VLR wird auch nach Coronakrise als vielfältige und interessante Destination für den nun vollzogenen-Restart angesehen. Alle RV bewerten die VLR auch in und nach der Coronakrise als potenziell passende internationale Destination.

**Die VLR gehört aus der Sicht des italienischen Quellmarktes zu den internationalen Nahzielen.**

**Durch die Schweiz oder Österreich wird die VLR für Italien sogar zu einem Nachbarland.**

Es hat sich bestätigt, was laut übereinstimmender Meinung internationaler Experten für Tourismusmarketing prognostiziert worden war: Nämlich, dass diese Art von internationalen Destinationen - gleich nach den nationalen - zu den ersten Destinationen gehören, die nach Absetzung/Lockerung der diversen internationalen Reisebeschränkungen eine beträchtliche Wiederbelebung der touristischen Nachfrage verzeichnen haben würden.

Aktuell in 2023 haben/hatten rund 60 italienische Reiseveranstalter oder Reisebüros mit Eigenveranstaltung die Vierländerregion Bodensee in ihren Programmen, damit sind wir das 2. Jahr nacheinander wieder mindestens auf dem Niveau von Vor-Corona, wenn nicht sogar darüber.

Dies belegt eindrucksvoll das anhaltende Potenzial und die Resilienz der VLR auf dem italienischen Markt.

Das Image/die Reputation der Destination VLR Bodensee ist analog zu den bisher durchgeführten Bodensee-Sales Touren durchweg positiv. Die Kunden kehren in der Regel immer mit positiven Reiseerlebnissen zurück und sind nahezu immer zufrieden. Die VLR gilt eher als hochpreisige innereuropäische Destination, dies sei aber in der Regel durch das Qualitätsniveau gerechtfertigt. Die VLR wird als vielseitige und sichere Destination angesehen.

Besonders erfreulich:

Die VLR wurde wieder von allen besuchten RV spätestens nach der erfolgten Präsentation auch im Rahmen dieser Sales Tour einhellig als geeignetes internationales Nahziel für den vollzogenen "Restart" eingeschätzt.

Wieder sehr vielversprechend, auch bei dieser Tour, wurde das beachtliche Interesse für die Destination VLR durch die Tatsache unterstrichen, dass die Gespräche ausschließlich mit Entscheidungsträgern geführt wurden. Das heißt mit verantwortlichen ProduktmanagerInnen, AbteilungsleiterInnen, InhaberInnen/GeschäftsführerInnen.

Auch bei dieser Tour wurde bestätigt, dass die Termine von allen AnsprechpartnerInnen als hilfreich und sinnvoll empfunden wurden. Das wurde auch durch den Umstand belegt, dass sich die meisten RV mehr Zeit für den Termin nahmen als ursprünglich geplant und ausgemacht worden war, so dauerten die meisten Termine mindestens 1 Stunde.

Auch bei dieser Tour wurde wieder auf einen abwechslungsreichen Mix der besuchten Reiseveranstalter geachtet, die für die VLR relevante Reisetemen anbieten. Alle mit erheblichem Potenzial für die VLR, aber



mit zum Teil unterschiedlichen aktuellen Buchungsvolumina, bis hin zu solchen RV, die die Destination VLR bis dato kaum bis gar nicht kannten bzw. selten angeboten haben.

Die Fachwelt ist sich darüber einig, dass durch die Coronapandemie Reisetemen wie **Natur, Landschaft, Aktivtourismus, Nachhaltigkeit und regionale Kulinarik eine besondere und stärkere Rolle spielen werden**. Deshalb wurden wieder gezielt Termine vereinbart mit RV, die auch solche Reisetemen regelmäßig oder verstärkt anbieten.

**Sehr positiv zu bewerten ist auch, dass alle 11 besuchten Veranstalter planen oder sich vorstellen könnten, die Destination VLR in nächster Zukunft ins Programm aufzunehmen oder das Programmangebot quantitativ oder thematisch auszuweiten.**

### Der Sales Guide Bodensee 2022/23:

Der Sales Guide und die darin **enthaltenen thematischen Tourenvorschläge der IBT zur Gesamtregion** helfen sehr bspw. bei der Zusammenstellung von mehrtägigen Programmen. Die Vielfalt und Kombinationsmöglichkeiten der Reisetemen/Reiserouten lassen sich einfach und gut nachvollziehbar darstellen. Auch bei dieser Sales Tour konnte man den interessierten Ansprechpartnern so gezielt Hinweise geben, wo sie in der VLR attraktive Reisetemen und –Angebote (Natur, Landschaft, Aktiv, regionale Kulinarik) finden, die als eine der Folgen der Coronakrise verstärkt nachgefragt werden. Auch die im Sales Guide aufgeführten Hotels werden im Gespräch gerne als erste Anhaltspunkte genutzt, bspw. um zu zeigen, dass man von ganz unterschiedlichen Standorten aus die VLR bereisen kann.

**Weihnachtsmärkte** in der VLR werden wieder beliebter oder waren es bereits. **8 von 11 RV** planen oder spielen mit dem Gedanken Weihnachtsmärkte in ihr Programm aufzunehmen oder haben oder hatten bereits Weihnachtsmärkte in der VLR im Programm.

**Grundsätzlich sind die Weihnachtsmärkte nach den On-Off-Szenarien der Coronakrise für die italienischen Reiseveranstalter wieder eines der Top-Produkte für die Wintersaison.**

**Mit den Themen Kirchen, Klöster, UNESCO und der Schwäbisch-Alemannischen Fasnacht hätte die VLR ein** potenzielles touristisches Produkt/Angebot mit einem regelrechtem USP-Charakter/Alleinstellungsmerkmal.

Sollten in absehbarer Zukunft international vermarktbar/buchbare Angebote von den entsprechenden lokalen Tourismusakteuren in den Themen in der VLR erstellt werden, gäbe es dafür auf dem italienischen Markt eine erhebliche Nachfrage.

Damit würde sich die VLR qualitativ und quantitativ noch besser auf dem internationalen Markt positionieren und profilieren, und die VLR könnte ein attraktives und saisonunabhängiges Reisetema anbieten.

**Saisonunabhängige Reisetemen sind im touristischen B2B-Bereich sehr begehrt, da sie sich unter anderem hervorragend zur Optimierung diverser betrieblicher Auslastungen eignen.**

### Was wünschen sich bzw. was brauchen Veranstalter u.a., um mehr oder überhaupt die VLR ins Programm aufzunehmen?

An dieser Stelle führe ich wie in den Reports für die vorherigen Bodensee-Sales Touren nur **neue Aspekte auf, oder solche die wieder verstärkt hervortraten**, da ansonsten Ergebnisse und Feedbacks weitestgehend vergleichbar waren.

Deshalb

⇒ Siehe dazu die Reports der Sales Touren 2015 - 2021 und die Sales Tour 2022 in KW 23 und KW 45

⇒ Siehe dazu die entsprechenden Markt- und Produkterkenntnisse der bisherigen Sales Touren



⇒ **Aufgrund der Coronapandemie und ihren Folgen für die Touristik speziell die aktuellen Berichte aus 2020 und 2021 und den Sales Touren 2022 in KW 23 und KW 45 beachten.**

- Interesse an **Kontakten zu RV und zu lokalen Incoming-Agenturen**, die die gesamte VLR anbieten können.
- RV benötigen **mehr italienisch sprechende local Guides**, idealerweise solche die in der ganzen VLR führen können. Das ist eigentlich kein neuer Aspekt, er gehört aber zu den wichtigsten und am häufigsten wiederkehrenden Anforderungen, die seitens der RV genannt werden.
- Z.T. wird von Veranstaltern eine **weitere, größere Auswahl an Hotels gesucht bzw. gewünscht (auch im Umland – Informationen dazu)**, z.T. zu günstigeren Preisen:  
Hier wurde von der IBT und Ihren Partnern bzw. den jeweiligen Tourismusakteuren ein erheblicher Fortschritt erzielt, da die IBT umfangreiche Hotelübersichten, Hotelvorschläge zur Gesamtregion für die Reiseveranstalter zusammengestellt und parat hat und man bspw. die RV gezielt auf die entsprechende B2B-Internetseite der IBT verweisen kann.  
Des Weiteren habe ich eben diese **Gruppenhotels der verschiedenen Destinationen** der VLR auf einem USB-Stick der IBT mitgeführt und als Informationsmaterial austeilen können.  
Zudem **informiert die IBT die RVs regelmäßig über neue Hotels in der VLR Bodensee**.  
Dies ist sehr ertvoll und hilfreich für alle Reiseveranstalter zur gesamten Bodenseeregion.  
Es gilt nach wie vor:  
**Die Veranstalter werden im Rahmen der Sales Tour von der IBT auf die Idee gebracht, Hotels in der gesamten VLR Bodensee mit Umland zu nutzen.**

⇒ **Grundsätzlich gilt:** Es liegt hier ebenso eine Chance für alle Partner (Destinationen, Hotels) der VLR Bodensee, aktiv in die Kontaktaufnahme, Sales Aktivitäten und Kommunikation zu ihren Angeboten mit den Reiseveranstaltern zu gehen. Mit der IBT sowie auch direkt als persönliches Follow Up.

**Alle Destinationen/Anbieter der VLR Bodensee sollten so oft wie möglich ihre ab jetzt vor allem an die Folgen der Coronakrise angepassten Angebote an die RV senden und entsprechend nachverfolgen. Nur so kann eine optimierte Geschäftsanbahnung gewährleistet werden.**

An die Folgen der Coronakrise angepasste durchdachte zielgruppengerechte Angebote aus der VLR müssen den Markt regelrecht durchdringen.

Dies erfordert einen entsprechenden qualitativen und quantitativen Einsatz von Aufwand und Zeit, ist aber der richtige und zielführende Weg.

**Die Coronakrise und ihre Folgen bieten für die VLR Bodensee aber auch eine große Chance, die bisher gewonnenen Marktanteile zu stärken und diese zum Teil sogar auszubauen.**

Die coronabedingte veränderte Reisegeografie und Produktpolitik bietet für die VLR die wertvolle da seltene, fast einmalige Möglichkeit/Gelegenheit für RV interessant zu sein/werden, die bis dato entweder gänzlich andere Zielgebiete im Programm hatten, bestimmte Reisetemen nur in anderen Zielgebieten angeboten haben oder die VLR nicht als eigenständige Destination wahrgenommen haben.

Die Marktaktivitäten der IBT bestätigen, dass sich die einzelnen Destinationen und Anbieter in der VLR im Wettbewerb untereinander befinden. Das ist und bleibt systemimmanent.

Mit ihren an die Folgen der Coronakrise angepassten Angeboten sollten sich alle interessierten Destinationen/Partner/Anbieter dem "VLR-internen" Wettbewerb stellen und profilieren.

**Die Kontakte der IBT sollten von den Destinationen und Partnern entschieden aktiver genutzt werden. Es "verpufft" sonst weiterhin zu viel von den Marketingaktivitäten der IBT.**

Zusammen mit den Erkenntnissen der bisherigen Sales Touren würde die Beachtung der oben genannten Aspekte erheblich dazu beitragen, das vorhandene Potenzial der Destination VLR auf dem italienischen Markt auch nach der Coronakrise besser auszuschöpfen.

Diese **Markt- und Produkterkenntnisse** sollen helfen, **eine zielgruppen- und marktgerechtere**, ab jetzt vor allem **an die Folgen der Coronakrise angepasste Produktgestaltung** zu ermöglichen.

Eine solche Vorgehensweise dürfte sich merklich verkaufsfördernd auswirken, denn die aktuellsten Feedbacks der RV belegen unverkennbar, dass die VLR wie von der IBT im Vorfeld prognostiziert, nach der Coronakrise ein ideales internationales Nahziel darstellt.

#### **Bisheriges Fazit der Bodensee-Sales Touren:**

Die Marketingstrategie der IBT, die eigene gezielte Sales Touren vorsieht, erweist sich für die Vierländerregion Bodensee auch im Restart nach der Coronakrise immer noch als erfolgreich, weil sie auch zukünftig marktgerecht ist. Durch eine entsprechende d.h. auch kontinuierliche Produkt-, Marketing- und Kommunikationspolitik wird die VLR Bodensee von den positiven Effekten dieser Strategie auch zukünftig profitieren können.

#### **Kontinuierlich ergeben sich für die VLR stark zusammenfassend mindestens 2 strategisch wichtige Marketingeffekte:**

- a) Die VLR wird im italienischen Trade immer bekannter und beliebter. Unsere Sales Touren initiieren, fördern, stabilisieren oder verstärken die Nachfrage.
- b) Wir bekommen aktuelle, qualitativ hochwertige, da auf unsere Bedürfnisse zugeschnittene Marktinformationen aus erster Hand direkt von Seiten der Nachfrage. Diese sind besonders für die zukünftige Produkt-/Angebotsgestaltung von existenzieller Wichtigkeit und von großem Nutzen.

Bericht: Antonio Vezzoso, Marketing Representative IBT GmbH Italien