

Internationale Marktbearbeitung Bodensee – Italien B2B Trade:

4. Bodensee Sales Tour Italien 2024 - IBT GmbH für die Vierländerregion Bodensee (VLR) in Rom und Provinz, hier in der Stadt Frascati, in KW 48, 24.11. – 27.11.2024

Diese Sales Tour führte zum ersten Mal nach Rom und Provinz.

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

- Bedingt durch die weitere Entfernung werden alle Reisen in die VLR Bodensee mit mindestens 3-4 Übernachtungen in der VLR angedacht.
- Reine Tagesausflüge in die VLR wie sie teilweise aus nördlicheren italienischen Gebieten/Regionen angeboten werden, werden von hier aus erst gar nicht in Betracht gezogen.

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

Es war es ein **guter Zeitpunkt für eine Sales Tour**, da die RV **die VLR Bodensee** in ihre **Planung für die neuen Frühjahr/Sommerprogramme 2025** einbeziehen konnten.

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

Es handelte sich bei allen Terminen um persönliche Erstkontakte. Bis auf einen Kontakt (siehe Guinness Travel) handelte es sich ausnahmslos um neue Kontakte von RV die noch nicht in der RV-Datenbank der IBT erfasst waren.

Es folgen die Kontakt-, und Eckdaten und stichpunktartige Zusammenfassungen der Gespräche der jeweils besuchten Reiseveranstalter

1. **Estland Viaggi**, Rom

Via Reno, 22a
00198 Rom

Ansprechpartner (AP): Rossana Valentini, Gruppenabteilung + Ezio Maria Biagioli, Inhaber

Mailadresse der AP : rossana@estland.it

Web: <https://www.estland.it/>

Kleiner inhabergeführter RV, seit 1985 auf dem Markt. Spezialisiert auf Individual- und Gruppenreisen, auch Kleingruppen, mit Schwerpunkt Ost- und Zentraleuropäische Länder. Inzwischen auch interkontinentale Reisen in andere Länder.

Zielgruppen:

Individualreisende, an Gruppenreisen Interessierte, Geschlossene Gruppen, Zubuchergruppen.

Im Gespräch:

Die Arbeit der IBT und die Destination VLR wurde mit Hilfe des Informationsmaterials der IBT (Print und Homepage) sowie die Bodensee Card ^{PLUS} für RV vorgestellt. Die VLR ist eine unbekannte Destination und wurde noch nie angeboten. Die Ansprechpartner kennen teilweise Deutschland und Österreich/Wien als Destination.

Sie können Potenzial der VLR für die eigenen Zielgruppen noch nicht einschätzen.

Vertrieb:

Online und Direktvertrieb/Büro.

2. **Courtesy Travel, Rom**

Via Ercole Pasquali, 3
00161 Rom

AP: Herr Giuseppe Ibrido, Inhaber, Leitung Gruppenabteilung und Produktmanagement

Direkte Mailadresse des Ansprechpartners: direzione@courtesytravel.it

Web: <https://www.courtesytravel.it/>

Inhabergeführter Reiseveranstalter mit eigenem Reisebüro. Sie bieten weltweite Individual- und Gruppenreisen an. Seit 1985 auf dem Markt. Zum RV gehört auch die Kulturorganisation "Il Cenacolo dei Viaggiatori" (<https://www.ilcenacolodeiviaggiatori.it/>), sinngemäße deutsche Übersetzung = „Künstler-, Intellektuellentreffpunkt“. Der RV organisiert mit und für diesen verschiedenartige Kulturveranstaltungen bspw. weltweite Kulturreisen.

Zielgruppen:

Individualreisende, allgemein an Gruppenreisen Interessierte, Kulturinteressierte, Mitglieder der oben genannten Kulturorganisation.

Im Gespräch:

Die Arbeit der IBT und die Destination VLR wurde mit Hilfe des Informationsmaterials der IBT (Print und Homepage) sowie die Bodensee Card ^{PLUS} für RV vorgestellt. Beim Gespräch nahm auch Herr Massimo Bernardini teil, Mitglied des Vorstandes der oben erwähnten Kulturvereinigung. Dieser kennt bestimmte Ort in der Schweiz, bspw. Basel. und die Umgebung der VLR.

Ansonsten sind keine persönlichen Zielgebietskenntnisse der VLR gegeben und die VLR wurde noch nie als Destination angeboten.

Verschiedene Programme/Routings für Juni (Brückentag 2. Juni) 2025 wurden besprochen:

Mehrtägige/ 3-4 Tage reine VLR Reise mit allen UNESCO Welterbestätten und/oder

Einwöchige/7 Tage VLR Reise in Kombi mit Schwarzwald oder der Romantische Strasse.

Anreise angedacht/empfohlen bspw. Flug Rom-Zürich dann Weiterreise mit dem Reisebus. Auf Wunsch wurde auf die Kontaktdaten des Incomers Bodensee Trips & Tours Lindau im IBT Sales Guide hingewiesen.

Der RV ist an WKZ/Sponsoring der VLR im Rahmen von Kundenveranstaltungen interessiert.

Vertrieb:

Über das eigene Reisebüro, andere Reisebüros und Online.

3. **Hi-Land, Rom**

Via Solferino, 28
00185 Rom

AP: Herr Vincenzo Aliberti, Inhaber

Persönliche Mailadresse der Ansprechpartner:

v.aliberti@hi-land.it

Web: <https://hi-land.it/>

Inhabergeführtes Reisebüro und Online-Reiseveranstalter. Spezialisiert auf Reisen in die Mittelmeerrinseln und Kontinentaleuropa. Auch Business Travel/Firmenreisen.

Zielgruppen:

Individualreisende, Familien, Paare, Honeymooner, vereinzelt auch an Gruppenreisen Interessierte. Firmen.

Im Gespräch:

Die Arbeit der IBT und die Destination VLR wurde mit Hilfe des Informationsmaterials der IBT (Print und Homepage) sowie die Bodensee Card ^{PLUS} für RV vorgestellt. Neue Destination für den RV, hat noch keine Zielgebietskenntnisse. Diverse Reisetemen/Routingsbesprochen. VLR (eventuell auch in Kombi mit anderen Destinationen) ist laut Vincenzo Aliberti eine sehr interessante neue Destination zunächst für Individualreisende als Fly & Drive, später eventuell auch für Gruppen.

Angedachte/empfohlene Anreise für Fly & Drive: Flug Rom-Zürich, dann Mietwagen, oder Zug bis KN dann Mietwagen. Für den RV auch interessant ÖPNV mit Bodenseeticket und BCP.

Auf Wunsch auf die Kontaktdaten des Incomers Bodensee Trips & Tours Lindau im IBT Sales Guide hingewiesen und diesen empfohlen.

Vincenzo Aliberti ist ein interessierter Kandidat für den IBT Famtrip Mai 2025.

Vertrieb:

Über das eigene Reisebüro sowie Online.

4. Ultra Viaggi / Evasioni CRAL, Rom

Via Pio Foà 2

00152 Rom

AP: Frau Lucilla Meoni, Produktmanagerin

Mailadresse der AP: info@evasionicral.com

Web: <https://www.ultraviaggi.it/> + <https://www.evasionicral.com/>

National/landesweit tätiger Reiseveranstalter mit 2 eigenen Reisebüros. Seit den 1980er auf dem Markt.

Ultra Viaggi bietet weltweite Individual-und Gruppenreisen, Business Travel, MICE und Sportreisen und Kreuzfahrten an. Unter der Marke Evasioni Cral werden Reisen für CRAL = Freizeitorganisationen von Unternehmen, Unternehmen, Verbände, Öffentliche und Private Einrichtungen, Verwaltungen etc. angeboten.

Zielgruppen:

Ultra Viaggi = Individualreisende, Kreuzfahrer, Honeymooner, an Gruppenreisen Interessierte, Familien, Paare, Firmen. Spezial RV Evasioni Cral = s.o.

Im Gespräch:

Die Arbeit der IBT und die Destination VLR wurde mit Hilfe des Informationsmaterials der IBT (Print und Homepage) sowie die Bodensee Card ^{PLUS} für RV vorgestellt. RV hat keinerlei Zielgebietskenntnisse der VLR und hatten die VLR noch nie im Programm. VLR ist für den RV eine neue interessante Destination für verschiedenen Zielgruppen des RV bspw. für Fly & Drive Reisen.

Laut Lucilla Meoni benötigen neue Destinationen Zeit um sich auf neuen Märkten zu etablieren.

Auf Wunsch auf die Kontaktdaten des Incomers Bodensee Trips & Tours Lindau im IBT Sales Guide hingewiesen und diesen empfohlen.

Lucilla Meoni ist ein interessierte Kandidatin für einen IBT Famtrip.

Vertrieb:

Online, über die eigenen Reisebüros sowie weitere Reisebüros in ganz Italien.

5. **Il Viandante, Rom**

Via degli Scipioni, 256B
00100 Rom

AP: Frau Cinzia Natalini, Inhaberin

Mailadresse der Ansprechpartnerin: newsletter@ilviandante.com

Web: <https://www.ilviandante.com/>

Kleiner inhabergeführter Gruppenreiseveranstalter. Seit über 40 Jahren auf dem Markt. Cinzia Natalini begleitet ihre Gruppen nach Möglichkeit selbst.

Zielgruppen:

Ganz allgemein an Gruppenreisen Interessierte.

Im Gespräch:

Die Arbeit der IBT und die Destination VLR wurde mit Hilfe des Informationsmaterials der IBT (Print und Homepage) sowie die Bodensee Card ^{PLUS} für RV vorgestellt. RV hat keinerlei Zielgebietskenntnisse der VLR und hatten die VLR noch nie im Programm. VLR könnte eine interessante neue Destination für den RV sein.

Vertrieb:

Über das eigene Büro sowie Online.

6. **Guiness Travel, Rom**

Via Ignazio Pettinengo 72
00159 ROMA

AP: Herr Lorenzo Giacinto, Produktmanager

Direkte Mailadresse des AP: lorenzo@guinesstravel.it

Web: <https://www.guinesstravel.com/>

Einer der größten Gruppenreisenveranstalter Italiens. Bietet ausschliesslich weltweite Gruppenreisen an (nur Leisure). RV war der IBT als einziger bei dieser Sales Tour schon bekannt. Der Erstkontakt erfolgte mit einem Mitarbeiter des RV anlässlich einer TTG Messe in Rimini.

Zielgruppen:

Über 50 Jährige, Tendenz zu jüngeren Kunden 25-45 Jahre, 60-70% Repeaters. Ganz allgemein an Gruppenreisen Interessierte, Honeymooner.

Im Gespräch:

Die Arbeit der IBT und die Destination VLR wurde mit Hilfe des Informationsmaterials der IBT (Print und Homepage) sowie die Bodensee Card ^{PLUS} für RV vorgestellt. RV hat keinerlei Zielgebietskenntnisse der VLR und hatten die VLR noch nie im Programm. VLR könnte eine interessante neue Destination für den RV sein. Kennen die Bodenseeregion als Destination nicht die VLR. Bieten diese aber nur als einzelne Etappen in Kombination mit anderen Destinationen an, da die Bodenseeregion/VLR noch zu unbekannt ist und die Nachfrage noch zu gering ist. Verzeichnen steigende Nachfrage vor allem nach Fernreisen.

Im betreffenden Katalog 2025/2026 befinden sich im Programm: "Große Tour der Alpen", zwei Programmpunkte in der VLR: der Rheinfluss und Konstanz. Siehe Homepage des RV =

https://www.guinesstravel.com/viaggi/viaggi_organizzati/gran-tour-delle-alpi-2025.html (Programm kann auf Wunsch als PDF zugesendet werden).

RV ist ein interessierter Kandidat für einen IBT Famtrip.

Vertrieb:

Online, über sehr viele Reisebüros in ganz Italien sowie diverse Länder-und Themenkataloge.

7. 3 A Tours, Rom

Circonvallazione Appia, 77

00179 Roma

AP: Frau Marianna Abate, Produktmanagement

Mailadresse der Ansprechpartnerin: programmazione@3atours.com

Web: <https://www.3atours.com/>

Inhabergeführter, überregionaler Spezialveranstalter mit eigenem Reisebüro und weiterer Filiale in Bari, Region Apulien, Süditalien. Bieten weltweite Individual-und Gruppenreisen an, auch Kreuzfahrten. RV ist auch eine Agentur des wichtigen RVs Boscolo Tours (= guter Kontakt zur IBT, bestens bekannt). Aktuell (vom 28.11.-01.12.2024) wurde eine VLR Reise zu Weihnachtsmärkten angeboten für einen Kunden, ein CRAL = Freizeitorganisation eines Unternehmens, diese VLR Reise wurde komplett von einem Incomer erstellt und bei diesem eingekauft. Mit Anreise mit Highspeed Zug Rom-Mailand dann mit Reisebus in die VLR. Standorthotel Hotel Alpstadt Lifestyle in Bludenz. (Programm kann auf Wunsch als PDF zugesendet werden)

Zielgruppen:

Hauptsächlich CRAL = Freizeitorganisationen von Unternehmen, desweiteren Verbände, öffentliche und Private Einrichtungen, Verwaltungen etc. über das eigene Reisebüro auch Individualreisende, Familien, Paare etc.

Im Gespräch:

Die Arbeit der IBT und die Destination VLR wurde mit Hilfe des Informationsmaterials der IBT (Print und Homepage) sowie die Bodensee Card ^{PLUS} für RV vorgestellt. RV hat keinerlei teaminternen Zielgebietskenntnisse der VLR, kennen diese nicht als Destination. VLR könnte eine interessante neue Destination für den RV sein.

Vertrieb:

Über die eigenen Reisebüros, weitere Reisebüros in ganz Italien, verschiedene Themenkataloge sowie Online.

8. King Holidays, Rom

Piazza Fernando de Lucia, 37

00139 Rom

AP: Frau Barbara Cipolloni, Produktmanagerin + Herr Andrea Belardinelli, Produktabteilung.

Direkte Mailadressen der AP: cipolloni@kingholidays.it + belardinelli@kingholidays.it

Web: <https://www.kingholidays.it/>

Einer der wichtigsten Reiseveranstalter Italiens, mit einem weiteren Büro in Mailand. Bieten weltweite Individual-und Gruppenreisen an. Bis dato hatte der RV die VLR noch nie im Programm.

Zielgruppen:

Individualreisende, Familien, Paare, Honeymooner, allgemein an Gruppenreise Interessierte.

Im Gespräch:

Die Arbeit der IBT und die Destination VLR wurde mit Hilfe des Informationsmaterials der IBT (Print und Homepage) sowie die Bodensee Card ^{PLUS} für RV vorgestellt. RV hat keinerlei teaminternen

Zielgebietskenntnisse der VLR, kennen diese nicht als Destination. VLR könnte interessante Destination sein für Fly & Drive Angebote.

Auf Wunsch auf die Kontaktdaten des Incomers Bodensee Trips & Tours Lindau im IBT Sales Guide hingewiesen und diesen empfohlen.

Herr Andrea Belardinelli ist ein interessierter Kandidat für den IBT Famtrip Mai 2025 (wurde von AV schon vorgemerkt).

Vertrieb:

Online, über Reisebüros in ganz Italien sowie diverse Länder- und Themenkataloge.

9. **Greentours, Rom**

Via della Consulta 3/3A

00184 Rom

AP: Herr Lorenzo Testi, Geschäftsführer

Direkte Mailadresse des AP: l.testi@greentours.com + direzione@greentours.com

Web: <https://www.greentours.travel/>

Reiseveranstalter mit eigenem Reisebüro und Incomer für Italien und Europa. Seit über 30 Jahren auf dem Markt. Bieten weltweite Individualreisen, Business Travel und Incentives an.

Unter der Marke BAO MIAO Viaggi werden Reisen mit Haustieren (v.a. Hunde und Katzen) angeboten (<http://www.greentours.travel/bau-miao-viaggi/>).

RV ist u.a. Agentur von Guinness Travel s.o. Il Diamante/Turin und Boscolo Tours/Padua (= diese RVs sind der IBT bereits bekannt, siehe RV Datenbank).

Bis dato noch nie VLR angeboten.

Zielgruppen:

Individualreisende, Firmen/Unternehmen.

Im Gespräch:

Die Arbeit der IBT und die Destination VLR wurde mit Hilfe des Informationsmaterials der IBT (Print und Homepage) sowie die Bodensee Card ^{PLUS} für RV vorgestellt. RV hat keinerlei teaminternen Zielgebietskenntnisse der VLR, kennen diese nicht als Destination. VLR wird als sehr interessante Destination empfunden.

Vertrieb:

Über das eigene Reisebüro, 22 weitere Reisebüros in Italien sowie Online.

10. **Solyland Travel, Rom**

Via Livilla, 15

00175 Rom

AP: Frau Solidea Sann, Inhaberin

Direkte Mailadresse der AP: solidea@solylandtravel.it + info@solylandtravel.it

Web: <https://www.solylandtravel.it/>

Kleiner inhabergeführter Reiseveranstalter mit eigenem Reisebüro und Incomer für Rom. RV ist u.a. Agentur der RV Guinness Travel/Rom s.o. und Boscolo Tours/Padua (= RV ist der IBT bereits bekannt, siehe IBT RV Datenbank).

Bietet weltweite Individual- und Gruppenreisen.

Zielgruppen:

Individualreisende, an Gruppenreisen Interessierte, Honeymooner, Kreuzfahrer.

Im Gespräch:

Die Arbeit der IBT und die Destination VLR wurde mit Hilfe des Informationsmaterials der IBT (Print und Homepage) sowie die Bodensee Card ^{PLUS} für RV vorgestellt. RV hat keinerlei teaminternen Zielgebietskenntnisse der VLR, kennen diese nicht als Destination. VLR könnte eine neue interessante Destination für den RV sein.

Vertrieb:

Über das eigene Reisebüro sowie Online.

11. SOS Travel, Frascati

Via Giuseppe Lunati 2
00044 Frascati, Provinz Rom

AP: Frau Erika Sereni, Produktmanagerin

Direkte Mailadresse der AP: erika@sostravel.it

Web: <https://www.sostravel.it/>

Inhabergeführter überregionaler Gruppenreiseveranstalter mit einem eigenen Reisebüro in Rom und einer Filiale in Krakau/Polen. Spezialisiert vor allem auf Gruppenreisen, Business Travel, Incentives und Schülerreisen in Ost- und zentraleuropäische Länder/Destinationen, vereinzelt auch andere europäische Destinationen. Haben bis dato die VLR noch nie angeboten.

Unter der Marke Felix Tours ist der RV auch Incomer (auch MICE) für Rom und Umgebung (<https://www.felix.tours/>).

Zielgruppen:

Individualeisende, an Gruppenreisen Interessierte, Zubuchergruppen, geschlossene Gruppen. 80% geschlossene Gruppen B2B Kunden, 20 % Zubuchergruppen, Schulen/Bildungsinstitute, Firmen.

Im Gespräch:

Die Arbeit der IBT und die Destination VLR wurde mit Hilfe des Informationsmaterials der IBT (Print und Homepage) sowie die Bodensee Card ^{PLUS} für RV vorgestellt. RV hat keinerlei teaminternen Zielgebietskenntnisse der VLR, kennen diese nicht als Destination. VLR wird als sehr interessante Destination empfunden.

Für den RV ist die VLR zunächst für kombinierte Reisen mit anderen Destinationen und/oder als Zwischenstopp interessant. Die VLR ist für den RV auch interessant als Destination für Incoming.

Vertrieb:

Über die eigenen Büros, ca. 100 Reisebüros in ganz Italien, Online und über Spezialkataloge.

Erkenntnisse und Feedbacks der 4. Bodensee Sales Tour 2024

(erstmalig in Rom und Provinz) für die VLR Bodensee und die IBT.

Obwohl es sich um eine Premiere auf dem B2B-Reisemarkt in Rom handelte, war wie bei allen bisherigen Sales Touren auch diese Tour wieder von einem beträchtlichen Interesse an der Destination Vierländerregion Bodensee und ihren Reisetemen seitens der kontaktierten Reiseveranstalter geprägt, wenn auch z.T. in Kombination mit "Nachbardestinationen". Weitere 6 kontaktierte RV haben zwar Interesse an der VLR bekundet, konnten aber in dem betreffenden Zeitraum keine Termine vergeben.

Bei dieser Sales Tour spielte naheliegenderweise das Thema **Anreise** eine große Rolle. So war für die meisten RVs eine Anreise per Flug mit Zielflughafen Zürich, dann weiter mit Bahn und/oder Reisebus, am sinnvollsten. Im bisher einzigen VLR Programm eines besuchten RV findet die Anreise per Bahn und Reisebus. s.o. 3 A Tours.

Die während des Sales Termins präsentierten Themen und Angebote der VLR wurden als sehr vielfältig und interessant bewertet.

Für praktisch alle RV handelte es sich bei der VLR um eine unbekannte Destination. Weder die Ansprechpartner noch teamintern hatten die RV nennenswerte Zielgebietskenntnisse der VLR.

Besonders erfreulich:

Die VLR wurde wieder von allen besuchten RV spätestens nach der erfolgten Präsentation auch im Rahmen dieser Sales Tour als interessante neue internationale Destination 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.

S.o. auch das große Interesse an der Teilnahme an IBT Famtrips.

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 besuchten RV haben Potenzial für die VLR, wenn auch in unterschiedlichen Ausmaß.

Die Fachwelt ist sich darüber einig, dass nach der Coronapandemie Reisetemen wie **Natur, Landschaft, Aktivtourismus, Nachhaltigkeit und regionale Kulinarik eine besondere und stärkere Rolle spielen**.

Deshalb wurden wieder gezielt Termine vereinbart mit RV, die auch solche Reisetemen regelmäßig oder verstärkt anbieten.

Der Sales Guide Bodensee:

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 (Kultur, Natur, Landschaft, Aktiv, regionale Kulinarik) finden, die als eine der Folgen der Corona-Pandemie 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.

Wie für fast alle italienischen RV sind auch für die RV in Rom Weihnachtsmärkte als ReisetHEMA beliebt. Grundsätzlich sind die Weihnachtsmärkte für die italienischen Reiseveranstalter eines der Top-Produkte für die Wintersaison.

Ebenfalls von großer Bedeutung für die italienischen RV sind Reisen über Silvester/Neujahr. Ein Großteil der RV bieten solche Reisen an.

Mit den Themen UNESCO, Kirchen, Klöster und der Schwäbisch-Alemannischen Fasnacht hätte die VLR potenzielle touristische Produkte/Angebote mit einem regelrechtem USP-Charakter/Alleinstellungsmerkmal.

Natürlich bleibt abzuwarten wie sich die Nachfrage auf diesem für die VLR noch neuen Quellmarkt entwickelt, ab er auch hier gilt:

Sollten in absehbarer Zukunft international vermarktbar/buchbare Angebote von den entsprechenden lokalen Tourismusakteuren mit diesen 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 attraktive und saisonunabhängige ReisetHEMEN anbieten.

Denn saisonunabhängige ReisetHEMEN sind im touristischen B2B-Bereich sehr begehrt, da sie sich unter anderem hervorragend zur Optimierung diverser betrieblicher Auslastungen eignen.

Die Bodensee Card Plus (BCP) 2024/2025:

Für RV die VLR Programme mit einer mindestens 3-tägigen Aufenthaltsdauer planen oder entsprechend viele Besichtigungen/Erlebnisse in ihre Programme einplanen, ist die BCP interessant. Dies wurde bei einzelnen Gesprächen deutlich.

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

Da die besuchten RVs so gut wie keine nennenswerten praktischen Erfahrungen mit der Destination VLR gesammelt haben, wurden keine neuen Aspekte aufgeführt. Ganz allgemein benötigen die RV die üblichen touristischen Dienstleistungen um eine Destination anzubieten.

- RV benötigen **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.
- Interesse an **Kontakten zu RV und zu lokalen Incoming-Agenturen**, die die gesamte VLR anbieten können. Hier haben wir inzwischen mit der Bodensee Trips & Tours (BTT) Lindau Tourismus eine gute Alternative, die ich gerne empfehle.
- Umfangreiche Hotelübersichten, Hotelvorschläge zur Gesamtregion für die RV. Hier konnte gezielt auf die entsprechende B2B-Internetseite der IBT sowie das IBT Informationsmaterial (Print und digital) verwiesen werden.
- Es gilt weiterhin: **Die Veranstalter werden im Rahmen der Sales Tour von der IBT dahingehend informiert, 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. Nur so kann eine optimierte Geschäftsanbahnung gewährleistet werden. Durchdachte zielgruppengerechte Angebote aus der VLR müssen diesen neuen Markt regelrecht durchdringen.

Dies erfordert einen entsprechenden qualitativen und quantitativen Einsatz von Aufwand und Zeit, ist aber der richtige und zielführende Weg. Die Marktaktivitäten der IBT bestätigen, dass sich die einzelnen Destinationen und Anbieter in der VLR im Wettbewerb untereinander befinden. Das ist und bleibt systemimmanent.

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

Diese Markt- und Produkterkenntnisse sollen helfen, eine zielgruppen- und marktgerechtere Produktgestaltung zu ermöglichen. Eine solche Vorgehensweise dürfte sich merklich verkaufsfördernd auswirken.

Bisheriges Fazit der Bodensee-Sales Touren:

Diese erste Sales Tour in Rom und Provinz war eine vielversprechende Premiere. Die IBT wird diese "neue" italienische Quellregion in Zukunft konstant bearbeiten.

Die Marketingstrategie der IBT, die eigene gezielte Sales Touren vorsieht, erweist sich für die VLR Bodensee auch nach dem komplett vollzogenen Restart nach der Coronakrise weiterhin als erfolgreich, weil sie auch aktuell marktgerecht ist. Durch eine entsprechende d.h. auch kontinuierliche Marketing-, Produkt- 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 für den italienischen Trade immer bekannter und attraktiver. **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