

Internationale Marktbearbeitung Bodensee – Italien B2B Trade-Bereich

Aktueller Einblick Marktinformationen IBT VLR Bodensee Stand Dezember 2024/Januar 2025

Die kontinuierlichen gezielten Marketingaktivitäten der IBT für die Vierländerregion Bodensee (VLR) auf dem italienischen B2B-Markt initiieren, fördern, stabilisieren oder verstärken die Nachfrage für die internationale Bodenseeregion.

Die **VLR Bodensee** gehört **aus der Sicht des italienischen Quellmarktes** zu den **internationalen Nahzielen**. Durch die Schweiz oder Österreich wird die **VLR Bodensee für Italien sogar zu einem Nachbarland**. Ich/die IBT führen **periodische eigene Online-Recherchen im B2B-Markt bei Reiseveranstaltern in Italien** durch.

Bitte beachten:

Diese eigene Online-Recherchen bilden nicht vollständig alle RVs mit Bodenseeprogrammen ab, da darüber nicht alle Reiseveranstalter bzw. nicht alle Reisen in die VLR ermittelt werden können; wir können aber davon ausgehen, daß die tatsächliche Anzahl an RVs noch größer sein dürfte.

Diese Recherchen haben ergeben, daß die **Destination VLR Bodensee**

- **in 2019, also vor der Corona-Krise, von rund 50 italienischen Reiseveranstaltern (RV)** in ihren Programmen angeboten wurde.
- In **2024** hatten **ca. 70 italienische RV oder Reisebüros mit Eigenveranstaltung** die **VLR in ihren Programmen (ca. 10 RV sogar mit verschiedenen VLR Programmen)**, damit sind wir im Markt Italien sogar über dem Niveau von Vor-Corona.

Somit geht die VLR sogar gestärkt aus der Corona-Krise hervor.

Der Trend für die VLR Bodensee im Markt Italien ist aktuell konstant.

Stand Januar haben bereits wieder über 10 RV die VLR in ihren Reiseangeboten.

Die Vierländerregion Bodensee konnte/kann von der IBT und ihren Partnern erfolgreich als potenziell geeignetes touristisches internationales Nahziel für den inzwischen komplett vollzogenen Restart präsentiert werden.

Wie bereits in den diversen Sales Tour Berichten aufgezeigt, könnte das **Potenzial des italienischen B2B-Marktes noch besser ausgeschöpft werden**.

Dies könnte wie folgt umgesetzt werden:

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

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. (dies gilt gleichermaßen für andere internationale Märkte)**

Ganz entscheidend für die weiterhin erfolgreiche internationale Vermarktung der VLR wird die Gewährleistung qualitativ hochwertiger touristischer Dienstleistungen sein.

Hier ist vor allem zu nennen:

Die Reiseunternehmen benötigen dringend mehr italienisch sprechende Local Guides, idealerweise solche die in der ganzen VLR führen können. Das ist die **am häufigsten wiederkehrende Anforderung**, die seitens der RV genannt wird um die VLR überhaupt oder verstärkt in ihren Programmen anzubieten.

In der Konsequenz würde sich die VLR qualitativ und quantitativ noch besser auf dem internationalen Markt positionieren und profilieren, und die VLR könnte attraktive und saisonunabhängige Reisetemen anbieten.

⇒ Als Anhang: Beispiele für diverse VLR-Programme von ausgewählten italienischen Reiseveranstaltern.