

Internationale Marktbearbeitung Bodensee – Italien B2B Trade:

2. Sales Tour 2021 IBT VLR Bodensee in Nord- Italien

Region Veneto in KW 23 :

Diese Sales Tour konzentrierte sich auf die norditalienische **Region Veneto/Venetien**, hier in den **Städten und Provinzen, Treviso, Venedig, Rovigo und Padua**.

Erhebliche Strategische Vorteile dieser Quellregion/en sind:

- Die Region Veneto gehört zu den wirtschaftlich stärksten Regionen Italiens.
- Überdurchschnittliche Kaufkraft der Bevölkerung
- Reisefreudigkeit der Bevölkerung
- Bedingt durch die relativ weite Entfernung werden i.d.R. alle Reisen in die VLR Bodensee mit mindestens 2 Übernachtungen in der VLR angeboten.
- 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 bzw. sind eher selten.
- Besonders wichtig in und/oder nach der Coronakrise:
Die Vierländerregion Bodensee kann von der ITB und seinen Partnern als potenziell adäquates touristisches internationales Nahziel für den beginnenden und/oder zukünftigen Restart empfohlen und vom B2B-Bereich/Trade als solches erfolgversprechend wahrgenommen werden.

Durchführung vor Ort: Antonio Vezzoso, IBT GmbH.

Zu dieser Sales Tour haben sich im Rahmen der IBT-Kooperationsangebote Italien im Speziellen

- Lindau Tourismus und Kongress GmbH und
- St.Gallen-Bodensee Tourismus
jeweils mit Repräsentanz über Antonio Vezzoso **mit eingebucht**.

Es wurden **11 Termine bei italienischen Reiseveranstaltern und Reisebüros mit Eigenveranstaltung** Vereinbart, von denen 10 durchgeführt werden konnten.

Dienstag 08.06.2021:

1. Bontur Viaggi, Badoere, Provinz Treviso (TV)

Via Sant'Ambrogio 36

31050 Badoere (TV)

AP: Frau Federica Bonaventura, Filialleiterin, Leitung Gruppenabteilung und Mitinhaberin

Direkte Mailadresse der AP: federica@bontur.it

Website: <https://www.bontur.it/>

Wichtiger inhabergeführter traditionsreicher (Bus-)Reiseveranstalter mit zwei eigenen Reisebüros.

Seit fast 60 Jahren auf dem Markt. Der RV hat 8 Mitarbeiter.

Es handelte sich um einen Erstkontakt.

Der RV bietet verschiedene **weltweite thematische Gruppenreisen wie Kultur-, Genuss- und Religiöse Reisen** an. Letzteres könnte für zukünftige KKW-Angebote wichtig werden.

In 2021 coronabedingt mit Schwerpunkt Destination Italien. Seit kurzem auch Incomer für die Provinz Treviso. Der RV bietet auch Firmenreisen an und hat eine Abteilung für Business Travel.



VLR Bodensee zuletzt im September 2020 im Programm.

Bemerkenswert: Im Katalog wird die Reise als "Schweiz" Tour angeboten, obwohl darin neben geführten Besichtigungen in Konstanz, Insel Mainau und Lindau nur Schaffhausen und der Rheinfall besichtigt werden.

Siehe Programm <https://www.bontur.it/catalogo/index.html#p=88>

(Diese Reise musste in 2020 coronabedingt abgesagt werden.)

Der RV hat Singen bereits als Standort genutzt. Die VLR als Destination gefällt den Kunden.

Man habe die Reise im September 2020 gut verkauft.

Bis dato kennt der RV nur die bekannten Klassiker in der VLR und bietet diese an, wie Konstanz, Insel Mainau, den Rheinfall/Schaffhausen und Lindau. St. Gallen wird nur selten angeboten.

Ich habe anhand des Informationsmaterials St.Gallen näher präsentiert. Hier wurde vor allem der Stiftsbezirk und das Textilmuseum näher besprochen.

Auch Lindau wurde anhand des Informationsmaterials näher vorgestellt.

Für den RV waren auch Schiffspassagen bspw. Lindau-Bregenz in Kombination mit der Pfänderbahn interessant. Für den RV war die Pfänderbahn bis dato absolut unbekannt.

Als unmittelbare Folge des Sales Terms wären diese Kombinationen interessant für das neue VLR Programm für 2022.

Ich habe mich bei dieser und allen weiteren Präsentationen vor allem auf **Reisetemen wie Natur, Landschaft und Nachhaltigkeit** konzentriert.

Dadurch konnte die VLR insgesamt als passendes internationales Nahziel für den Restart dargestellt werden.

Als unmittelbare Folge des Sales Terms wären die Weihnachtsmärkte in der VLR interessant, nach Möglichkeit noch für 2021.

Die Weihnachtsmärkte in der VLR wurden von Federica Bonaventura als sehr gute Alternative zu den bisher besuchten Weihnachtsmärkten gewertet. Hierbei wären für den RV vor allem St.Gallen und Lindau interessant.



Der RV arbeitet mit verschiedenen Lieferanten für die VLR zusammen:

Bspw. mit dem **Paketer/B2B-Reiseveranstalter The One Viaggi** in der Republik San Marino, hier ist die Ansprechpartnerin die Schweizerin, Frau Ruth Zollinger (mit der die IBT in Kontakt steht).

Ein anderer RV, mit dem sie zusammenarbeiten, ist der **Gruppenspezialist Caravantours** in Rimini.

Beide genannten RVs/B2B-Veranstalter sind der IBT bereits gut bekannt, sind in unserer Datenbank und wurden zuletzt im Rahmen einer Sales Tour im Juni 2018 besucht.

Laut Federica Bonaventura arbeiten sie bei Programmen für die VLR gerne mit einer in Treviso ansässigen Schweizerin zusammen, diese begleitet auch die Gruppen von Bontur Viaggi.

Laut Federica Bonaventura ist die Beziehung und die Qualität der jeweiligen AnsprechpartnerInnen ein wesentlicher Aspekt für die Zusammenarbeit.

Mit Hotels wird aber auch gerne direkt zusammengearbeitet.

Eventuell kennt Federica Bonaventura auch Sabine Spiegel/BVT.

Laut Federica ist eine Nachfrage nach der VLR vorhanden. Die Kunden haben Lust auch ins Ausland zu verreisen.

Am 30. Mai 2021 sei die erste Gruppereise seit Ausbruch der Pandemie erfolgreich durchgeführt worden.

Die Gruppen sind coronabedingt kleiner geworden, die durchschnittliche Teilnehmerzahl läge bei ca. 25 Personen. Laut dem RV wird die Gruppengröße auch in Zukunft in etwa auf diesem Level bleiben.

Interessanter neuer Aspekt:

Der RV registriert coronabedingt einen Trend hin zu jüngeren Teilnehmern für seine Reiseangebote.

Dies stelle man vor allem für Sommerprogramme fest.

Der Trend hin zu immer mehr Last-Minute-Buchungen habe sich coronabedingt noch wesentlich verstärkt.

Für den RV ist auch in Zukunft ein erhebliches Potenzial für die Destination VLR vorhanden.

Einschätzung Antonio Vezzoso:

Der RV hat Potenzial für mehr Reiseangebote und alternative Programmfpunkte in der VLR.

Zielgruppen:

Vor allem Senioren, > 50 – 70 Jahre, coronabedingt auch kleinere Gruppen, Honeymooner, Individualreisende.

Zubuchergruppen und geschlossene Gruppen, wenige Klassenfahrten/Schülerreisen, CRAL = Freizeitorganisationen von Unternehmen, Banken und Firmen.

So ist das wichtige Unternehmen San Benedetto, mit Sitz im nahegelegenen Scorzè (Provinz Venedig) ein Firmenkunde des RV. San Benedetto gehört zu den wichtigsten Produzenten von Mineralwasser und anderen nicht alkoholischen Getränken in Italien, dazu gehört unter anderem auch die weltweit bekannte Marke Schweppes.

Vertrieb: coronabedingt seit 2020 nur über die eigenen zwei Reisebüros, zusätzlich drei weiteren regionalen Reisebüros und online buchbar. Für 2022 ist wieder ein gedruckter Ganzjahreskatalog geplant.

2. **Hirondelle Viaggi**, Treviso

Piazza Pola 4/5

31100 Treviso

AP: Frau Federica Scapinello, Team Manager Groups & MICE Department und Frau Antonella Donini, Leitung Kulturreisen, Persönliche Mailadressen der APs: gruppi@hirondelle.it und a.donini@hirondelle.it, Website: <https://www.hirondelle.it/>

Erstkontakt über Christiane Stein (CS), IBT, mit Chiara Coslovich, Produktmanagerin Europa, anlässlich des BayTM Online Workshops Oktober 2020 und Virtual Germany Travel Market April 2021. Für mich war es ein persönlicher Erstkontakt mit dem RV.

Die folgenden Informationen zum RV basieren zum Teil auf den erfolgten Gesprächen von CS mit Chiara Coslovich, andere ergaben sich aus dem Sales Termin mit den beiden obengenannten Ansprechpartnerinnen.

Der RV ist ein sehr wichtiger nationaler Spezialreiseveranstalter und seit 1985 auf dem Markt.

Der RV bietet weltweite exklusive maßgeschneiderte Reisen an.

Der RV hat ein eigenes Reisebüro in Treviso. Der RV hat 20 Mitarbeiter.

Bis dato war/ist der RV auf Afrika und andere Fernziele spezialisiert. Seit 10 Jahren hat der RV auch Europa im Programm.

Der RV bietet **hauptsächlich Kulturprogramme und kulinarische Erlebnisreisen** an.

Der RV hat zudem **eine größerer Abteilung für MICE und Business Travel**.

Sie hatten bisher noch gar keine Gäste in der VLR und kennen die Region kaum.

Durch die coronabedingte veränderte Reisegeografie ergibt sich seitens des RV ein verstärktes Interesse an Destinationen in Europa, somit besteht auch eine reelle Chance für die Destination VLR.

An dieser Stelle sei erwähnt:

Dieses durch die Coronapandemie verstärkte Interesse für die VLR seitens neuer RV stellen wir als IBT in Italien (und anderen internationalen Märkten) seit 2020 zunehmend fest.

Anhand des Informationsmaterials der IBT und der eingebuchten Partner konnte ich die VLR als geeignetes internationales Nahziel für den Restart und grundsätzlich für zukünftige Programme des RV präsentieren.



Für Antonella Donini waren **vor allem die kulturellen Angebote in der VLR interessant**. Sie kannte bis dato in der VLR nur Lindau und das auch nur als kurzen Zwischenstopp.

Für ihre **Programmgestaltung VLR wären zukünftig hochwertige Kulturevents mit internationaler Bedeutung ein ganz wesentlicher Aspekt und ein ausschlaggebender Reiseanlass**.

Deshalb wurde von mir u.a. die aktuelle Chagall-Ausstellung in Lindau angesprochen.

Des Weiteren wurden die Unesco-Welterbestätten in der VLR näher vorgestellt.

Vor allem der Stiftsbezirk und die Stiftsbibliothek in St.Gallen wurden näher besprochen.

Für Federica Scapinello waren **vor allem Themen interessant die für Incentives geeignet wären**. Incentives waren ein Schwerpunkt dieses Sales Termins.

Deshalb wurden verschiedene Hotels der gehobenen 4* und 5* Sternekategorie vorgestellt. Bspw. das Hotel Bayrischer Hof in Lindau und das Hotel Einstein in St.Gallen.

Als geeignete Programmpunkte für Incentives wurden näher besprochen:

- Die historischen Dampfschiffe
- Und die Zeppelinrundfahrten als veritable Once in a Lifetime Erlebnisse

Der Sales Termin hat die Ansprechpartnerinnen neugierig auf die VLR gemacht.

Sollten in Zukunft passende Produkte angeboten werden können, würde Antonella Donini die VLR gerne ins Programm nehmen. Antonella Donini hat sich nach dem Sales Termin per Mail für den Sales Termin bedankt. Der Sales Termin habe bei ihr ein Interesse erneuert, daß sich aber in der Vergangenheit nicht konkret in VLR Programmen umsetzen ließ. Die Ideen und Anregungen die sie während des Sales Termins erhalten habe, würden für zukünftige Europa-Programme berücksichtigt werden. Die Internationalität der VLR allein sei für sie kein Anlass, diese ins Programm aufzunehmen.

Sie erwartet von den interessierten Partnern und Tourismusakteuren in der VLR Bodensee gerne entsprechende **Informationen über Kulturevents** in der VLR, die den von ihr oben angegebenen Anforderungen entsprechen.

Auch für Federica Scapinello könnte die VLR **ein geeignetes internationales Nahziel für Incentives** in und/oder nach der Coronapandemie sein.

Einschätzung Antonio Vezzoso:

Das ist ein sehr interessanter RV mit einem erheblichen Potenzial für diverse hochwertige Reisethemen und Reiseangebote wie Kultur und Kulinarik in der VLR. Der Kontakt wird von Seiten der IBT sicherlich schrittweise ausgebaut und vertieft werden.

Alle interessierten Partner und Tourismusakteure der VLR haben hier die Chance, einen sehr guten qualitativ anspruchsvollen RV als Geschäftspartner zu gewinnen und direkten Kontakt aufzunehmen.

Zielgruppen:

FIT Gäste, 50+, (oft kleine Gruppen von Freunden, Familie)

Nur vereinzelt Gruppen, Busgruppen, viele Firmen.

Anreise FIT Gäste per Flugzeug, weiter mit Zug, ÖPNV (oder auch per PKW)

Vertrieb:

Über das eigene Reisebüros und online.

Sie haben für den B2B Bereich (Reisebüros und Firmen) eine eigene Internetseite H-Trips =

<https://www.h-trips.com/>

Des Weiteren hat der RV ein eigenes Team von Aussendienstmitarbeiter*Innen.

3. Tema Viaggi , San Vendemiano, Provinz Treviso (TV)

Via Alcide de Gasperi 15/A

31020 San Vendemiano (TV)

AP: Frau Marzia Carnelos, Leitung Gruppenabteilung und Mitinhaberin

Persönliche Mailadresse: marzia@temaviaggi.it

Website: <https://www.temaviaggi.it/>

Guter inhabergeführter überregionaler Reiseveranstalter mit eigenem Reisebüro und einer weiteren Filiale in Pordenone, Region Friaul, Nordost-Italien.

Der RV ist seit 1987 auf dem Markt. Der RV hat 6 Mitarbeiter. Der RV bietet weltweite Gruppenreisen aller Art an. (In 2021 coronabedingt mit Schwerpunkt Destination Italien.)

Der RV ist ausschließlich **auf Gruppenreisen spezialisiert**.

Der RV führt auch gemeinsame Gruppenreisen, Zubuchergruppen, mit anderen italienischen RV durch.

Als Folge der gezielten Marketingaktivitäten der IBT hat der RV die **VLR Bodensee inzwischen regelmäßig im Programm** und führt durchschnittlich **bis zu 3 Gruppenreisen pro Jahr in die VLR** durch.

Aktuell die VLR Bodensee in Kombination mit Innsbruck für Oktober 2021 im Programm.

Siehe Programm <https://www.temaviaggi.it/itinerari-di-mario/viaggi/lago-costanza>

Dieses Programm war schon 2020 im Angebot, mußte aber wegen der Coronapandemie abgesagt werden.

In 2020 hatte der RV die VLR auch noch in Kombination mit dem Schwarzwald und Innsbruck im Programm. Auch diese Reise mußte coronabedingt abgesagt werden.

Das letztgenannte Programm kann bei Interesse gerne als PDF zugesendet werden.

Laut Marzia Carnelos hat das Tagesgeschäft schlagartig wieder stark zu genommen.

Die Kunden hätten in der Coronakrise Geld gespart und würden gerne wieder verreisen. Laut ihr wollen die Kunden coronabedingt gerne wieder verstärkt mit einem RV verreisen. Dies gebe den Kunden ein höheres Maß an Reisesicherheit. Sie stelle als Folge der Coronakrise auch einen Trend hin zu einer Verjüngung des Publikums fest.

Anmerkung von Antonio Vezzoso:

Immer mehr RV berichten darüber, daß sie coronabedingt einen Trend hin zu jüngeren Zielgruppen registrieren. Dies sei durch **das coronabedingte verstärkte Bedürfnis nach Sicherheit der Reisenden** auch bei jüngeren Menschen zu erklären.



Laut Marzia Carnelos **nimmt die Nachfrage nach Aktiv- und Naturtourismus stark zu.**

Der RV hat deshalb seine **Produktpalette mit/um Rad- und Wanderreisen** erweitert.

Siehe dazu deren aktuelle Angebote von "Reiserouten in der Natur":

<https://www.temaviaggi.it/direzione-natura/viaggi>



Anhand des Informationsmaterials der IBT und der eingebuchten Partner konnte ich die VLR als geeignetes internationales Nahziel in und/oder nach der Coronakrise auch für diese Reisethemen präsentieren. Ein **Schwerpunkt** des Gesprächs waren deshalb die **diversen Rad- und Wandermöglichkeiten in der VLR und deren Kombinierbarkeit mit anderen Reisethemen wie Kultur und Kulinarik.**

St.Gallen und Lindau sind für den RV gemeinsam mit Konstanz zunächst wieder für die Weihnachtsmärkte 2021 interessant.

Der RV hat schon Reisen zu den Weihnachtsmärkten in der VLR mit bis zu 80 Personen durchgeführt. Marzia Carnelos war an verschiedenen neuen Hoteltipps interessiert.

Ich habe ihr vor allem Hoteltipps in und um Lindau und St.Gallen gegeben, aber auch das Hotel K66 in Radolfzell empfohlen.

Hierbei waren die Hoteltipps im Sales Guide und der entsprechenden Internetseite der IBT sowie das Informationsmaterial der eingebuchten Partner sehr hilfreich.

Marzia Carnelos kennt verschiedene Orte und Regionen der VLR persönlich. Sie begleitet Reisen in die VLR Bodensee nach Möglichkeit gerne auch selbst.

Laut Marzia Carnelos war der Sales Termin ein sehr gutes Update der Destination VLR. Die VLR hat weiterhin Potenzial für den RV, sie befriedigt viele Ansprüche, verkaufe sich gut und deshalb werde die VLR auch zukünftig angeboten.

Einschätzung Antonio Vezzoso:

Der RV hat Potenzial für alternative weitere Reisethemen in der VLR. Das gilt insbesondere für Natur- und Aktivtourismus.

Hier besteht eine gute Chance für alle interessierten Partner der IBT und der Tourismusakteure in der VLR direkt mit dem RV Kontakt aufzunehmen und entsprechende Angebote anzubieten.

Im Rahmen einer Sales Tour im August 2016 wurde der RV zuletzt von Antonio Vezzoso besucht.

Seitdem ein guter regelmäßiger Kontakt zur IBT. Der RV meldet sich immer wieder mal mit Anfragen bei mir/der IBT. Der Termin diente auch der Kontaktpflege.

Zielgruppen:

Senioren, CRAL = Freizeitorisationen von Unternehmen, Vereine, Pfarrgemeinden, geschlossene Gruppen, Firmen, Verbände, Zubuchergruppen, Kulturreisen, Schülerreisen/Klassenfahrten, siehe oben: coronabedingter Trend hin zu mehr jüngeren Kunden

Vertrieb:

Über das eigene Reisebüro und die Filiale in Pordenone, Region Friaul und Online

In der Regel Kataloge 2 x Jahr, halbjährlich. ca. 1.000 Kataloge. Kein Katalog in 2020/2021

Eventuell ab 2022 wieder Katalogproduktion.

Als Ergänzung zu diesem RV gerne den Bericht vom Termin 2. Sales Tour 2016 am 24.08.2016 lesen.

4. Onda Verde Viaggi, Follina, Provinz Treviso (TV)

Via Pallade 2

31051 Follina (TV)

AP: Frau Piera Vibbani, Inhaberin

Mailadresse der Ansprechpartnerin: info@ondaverdeviaggi.it

Website: <https://www.ondaverdeviaggi.it/>

Kleiner inhabergeführter regionaler Reiseveranstalter mit eigenem Reisebüro.

Wichtiger Incomer für die Region Veneto-Venetien. Seit über 20 Jahren auf dem Markt.

Bietet weltweite Reisen aller Art an.

Bis dato keine VLR Bodensee im Programm.

Erstkontakt über CS in 2014. Persönlicher Erstkontakt für AV.

Piera Vibbani hat den Sales Termin aus persönlichen Gründen sehr kurzfristig absagen müssen.

Ich habe das gesamte Informationsmaterial via WeTransfer an den RV gesendet und einen entsprechenden Telefontermin angeboten.

Ein neuer Sales Termin soll bei nächster passender Gelegenheit nachgeholt werden.

5. **Etliviaggi**, Venezia-Mestre, Provinz Venedig (VE)

Via Torre Belfredo 76

30174 Mestre (VE)

AP: Frau Gabriella Checchin, Geschäftsführerin und Mitinhaberin

Direkte Mailadresse: booking@etliviaggi.it

Website: <http://www.etliviaggi.com/>

Wichtiger traditionsreicher überregionaler Reiseveranstalter mit eigenem Reisebüro.

Seit 1965 auf dem Markt. Der RV hat 5 Mitarbeiter.

Es handelte sich um einen persönlichen Erstkontakt.

Der RV bietet **weltweite Gruppenreisen** aller Art an. Der RV ist **spezialisiert auf Kulturreisen**.

Zuletzt VLR Bodensee nur als Stopover mit Übernachtung in Lindau in 2014 im Programm im Rahmen einer Tour "Romantische Strasse".

Der RV kennt die VLR nicht persönlich, deshalb kam Gabriella Checchin der Termin sehr gelegen.

Der Sales Termin wurde von ihr für eine sehr umfassende Präsentation verschiedener Reisethemen in der VLR genutzt.

Nach vorheriger kurzfristiger Absprache hatten wir erheblich mehr Zeit zur Verfügung als ursprünglich abgemacht, denn Gabriella Checchin hat für den verlängerten Sales Termin auf ihre Mittagspause verzichtet.



Wir haben ausführlich über die zum Zeitpunkt des Sales Terms aktuelle Corona-Lage in den einzelnen

Internationale Bodensee Tourismus GmbH

Hafenstr. 6 | 78462 Costanza | Germania

www.lagodicostanza.eu

Direzione: Jürgen Ammann

Presidente Comitato Direttivo: Achim Krafft

Handelsregister Konstanz: HRB 381552

USt-IdNr. DE194008758



Ländern der VLR gesprochen.

Mit Hilfe des Informationsmaterials der IBT und der eingebuchten Partner konnte ich die VLR umfassend als passendes internationales Nahziel in und/oder nach der Coronakrise vorstellen.

Folgende Themen/Orte wurden näher besprochen:

- Lindau:
 - Generelle Präsentation der Reisethemen vor allem Kultur und Kulinarik.
 - Der Weihnachtsmarkt: wurde wegen seiner Lage direkt am See als sehr interessant empfunden.
 - Bayrische Landesgartenschau
 - Diverse Degustationsangebote bspw. Wein und Käse.
- St.Gallen:
 - Generelle Präsentation der Reisethemen vor allem Kultur und Kulinarik und der Weihnachtsmarkt.
 - Die Olma Bratwurst und St.Gallen als eine der schweizer Hauptstädte des Bieres wurden näher besprochen. Auch wo man diese Spezialitäten verkosten kann.
- Der Bodenseeradrundweg
- Das Hopfengut 20 Tetttnang
- Die unterschiedlichsten Enogastronomischen Themen und den dazu passenden möglichen Liveerlebnissen in der VLR:
 - Die Weine der VLR
 - Die Käsespezialitäten in der VLR
 - Die Biere der VLR siehe oben
 - Die Variationen von Kässpätzle und Maultaschen
 - Die Fische des Bodensees
 - Salate und Gemüse des Bodensees, speziell die Insel Reichenau auch als UNESCO-Kulturerbe
 - Das Obst des Bodensees und den daraus gewonnenen Säften und Spiritosen.
- Die unterschiedlichen Degustationsmöglichkeiten regionaler Spezialitäten in der gesamten VLR.
- Hoteltipps: hier vor allem **gute Gruppenhotels der 3* Kategorie.**

Auch dieser RV berichtet darüber, daß die **Nachfrage nach Aktivtourismus zunimmt.**

Als Folge des Sales Termins nimmt Gabriella Checchin die VLR nun als sehr interessante eigenständige Destination war. Sie hatte bis dato keine Vorstellung von der Qualität und Quantität der angebotenen Reisethemen in der VLR und nahm die Bodenseeregion vor allem als geografisches Gebiet war. Selbst bei Programmen die vom Routing her östlich oder westlich an der VLR vorbeiführten, spielte die Bodenseeregion als Destination so gut wie keine Rolle bei der Planung/Zusammenstellung der Programme. Laut Gabriella Checchin wollen und können (finanziell) die Kunden wieder reisen.

Dies in Abhängigkeit der eigenen medizinischen Vorkehrungen (in Deutschland sogenannte 3 G) und der jeweiligen Lockerungen der internationalen Reisebeschränkungen in den jeweiligen Reisezielen.

Als unmittelbare Folge des Sales Termins plant der RV bereits für den Winter 2021 Weihnachtsmärkte in der VLR ins Programm zu nehmen und denkt auch über ein VLR Programm für 2022 nach.

Bei den **Weihnachtsmärkten** waren für Gabriella Checchin schon genaue Daten interessant wie bspw. vom 04.- 08.12.2021.

Für den RV wäre die **Enogastronomie in der VLR** bereits ein eigenständiger Reiseanlass.

Wir sind wie folgt verblieben:

Gabriella Checchin stellt VLR Programme für die Weihnachtsmärkte 2021 und ein Programm für 2022 nach ihren Wünschen und Vorstellungen zusammen, dann schickt sie mir die Programme zur Durchsicht zu.

Einschätzung Antonio Vezzoso:

Der RV hat ein erhebliches Potenzial für verschiedene Reisethemen in der VLR, siehe oben.

Zielgruppen:

Senioren, CRAL = Freizeitorisationen von Unternehmen, Pfarrgemeinden, geschlossen Gruppen, Zuhubergruppen, Individualreisende, Honeymooner, Schulen/Berufsinstitute

Vertrieb:

Eigenes Reisebüro und Online. In der Regel wird ein Ganzjahreskatalog produziert. In 2021 coronabedingt nur Onlinekatalog für die Destination Italien.

6. **Casello 11 Viaggi**, Camponogara, Provinz Venedig (VE)

Via Calcroce 55

30010 Camponogara (VE)

AP: Frau Federica Scarante, Inhaberin

Persönliche Mailadresse: federica@casello11.com

Website: <https://www.casello11.com/>



Kleines inhabergeführtes Reisebüro mit Eigenveranstaltung und Incomer für die Region Veneto.

Seit 13 Jahren auf dem Markt. Der RV hat 2 Mitarbeiter.

Der RV bietet **weltweite Individual-und Gruppenreisen aller Art** an, darunter auch Hochzeits- und Luxusreisen.

In 2021 coronabedingt mit Schwerpunkt Destination Italien.

Federica Scarante begleitet nach Möglichkeit einige Gruppenreisen auch selbst.

Zuletzt hat der RV die VLR Bodensee in 2019 mit einem schönem Programm mit Vollpension mit Weihnachtsmärkten und zum Teil geführte Besichtigungen in Lindau (ohne Weihnachtsmarkt), Insel Mainau, Konstanz (Stadtführung und Weihnachtsmarkt), Ravensburg, Tettnang (Weihnachtsmarkt im Schloss) und St. Gallen (ohne Weihnachtsmarkt, aber mit Mittagessen) angeboten.

Auf Wunsch kann dieses Programm gerne als PDF zugesendet werden.

Der RV arbeitet eng mit dem **Busunternehmen Zanetti Turismo** in Piove di Sacco, Provinz Padua zusammen. Siehe dazu auch die Internetseite von Zanetti Turismo <https://www.zanettiturismo.it/categoria.php>

Die VLR ist für Federica Scarante persönlich bis dato eine weitgehend unbekannte Destination.

Sie kannte bis dato nur Lindau oberflächlich als Zwischenstop im Rahmen anderer Touren, ansonsten sei sie immer nur an der VLR vorbeigefahren.

Darüberhinaus habe sie keinerlei persönliche Zielgebietskenntnisse. Deshalb kam Ihr der Sales Termin sehr gelegen.

Laut Federica Scarante sei man immer auf der Suche nach neuen Destinationen.

Sie kennt andere Destinationen in Deutschland. Ihr gefällt Deutschland als Reiseland ausgesprochen gut. Deutschland habe beispielsweise eine sehr gute Infrastruktur, ein sehr gutes Preis-Leistungsverhältnis und schöne Landschaften.

Die während des Sales Terms präsentierten Themen und Angebote der VLR werden als sehr vielfältig und interessant empfunden. Die VLR wurde als interessantes internationales Nahziel wahrgenommen, speziell die Vielfalt der Reisethemen gefällt dem RV sehr.

Ich habe mich bei der Präsentation vor allem auf Reisethemen wie Natur, Landschaft und Nachhaltigkeit konzentriert.

Dadurch konnte die VLR insgesamt als passendes internationales Nahziel für den Restart dargestellt werden.

Wir haben St. Gallen und Lindau näher besprochen.

Dem RV hat der Stiftsbezirk in St. Gallen besonders gut gefallen.

Deshalb habe ich Federica Scarante als Follow up Links zu Videos auf You Tube gesendet, in denen in 10 kurzen Folgen die Stiftsbibliothek von der autorisierten Stadtführerin Enza Barra in italienischer Sprache näher erläutert wird.

Von Lindau war in diesem Gespräch vor allem die Tatsache interessant, daß man mit Bodensee Trips & Tours einen Incomer mit Sitz im Zielgebiet habe.

Jetzt muß der RV die Destination anhand des Informationsmaterials der IBT und der eingebuchten Partner besser kennenlernen.

Als unmittelbare Folge des Sales Termins plant der RV noch im Winter 2021, wieder Weihnachtsmärkte in der VLR anzubieten. Diesmal möchte Federica Scarante auch die Weihnachtsmärkte in St. Gallen und Lindau ins Programm nehmen.

Für Federica Scarante ist die VLR eine sehr interessante neue Destination auch für ihre Stammkunden.

Auch dieser RV stellt einen **Trend hin zu jüngeren Kunden** fest. Dies läge auch an einem gesteigerten Sicherheitsbedürfnis bei Reisen als Folge der Coronapandemie. Man fühle sich sicherer, wenn man eine Reise über einen RV gebucht habe.

Federica Scarante hat sich nach dem Sales Termin nochmals ausdrücklich per Mail bedankt.

Der **Sales Termin sei "sicherlich ein wichtiger Weiterbildungsmoment** gewesen und sie hoffe, die neuen Kenntnisse bald möglichst in die Tat umsetzen zu können".

Zielgruppen:

over 60, an (Bus-)Gruppenreisen Interessierte, Zubuchergruppen, Geschlossene Gruppen, CRAL = Freizeitorganisationen von Unternehmen, Honeymooner, an Luxusreisen Interessierte, Individualreisende, Kreuzfahrer.

Vertrieb:

Direktvertrieb über das eigene Reisebüro, Online, Social Media und Flyer/per Post von bestimmten Programmen.

Mittwoch 09.06.2021:

7. Boscolo Tours, Padua

Via Uruguay 47

35127 Padua

AP: Frau Jenni Nesi, Produktmanagerin

Persönliche Mailadresse: jenni.nesi@boscolo.com

Website: <https://www.boscolo.com/it/viaggi>

Einer der größten Reiseveranstalter Italiens. Seit über 40 Jahren auf dem Markt.

Der RV hat ca. 100 Mitarbeiter in der Zentrale in Padua.

Der RV ist ein **Universalist und bietet weltweite Reisen aller Art** an.

Als Folge der bisherigen gezielten Marketingaktivitäten der IBT hat der RV die gesamte Vierländerregion Bodensee in 2018 erstmals und seitdem regelmäßig in seinem Jahreskatalog angeboten.



Aktuell in 2021 wieder eine echte VLR Tour im Programm, wie immer mit mehreren Reiseterminen, die über das ganze Jahr verteilt sind.

Aktuell sind trotz Coronakrise schon mehrere Reisetermine für das laufende Jahr im August und Dezember bestätigt, siehe Programm

https://www.boscolo.com/it/viaggi/viaggio_san_gallo_e_lago_di_costanza

Anmerkung Antonio Vezzoso:

Das Programm für diese 4-tägige Tour wurde seinerzeit mit Hilfe der IBT zusammengestellt.

Interessant:

Der RV biete die VLR unter den Schweizer Destinationen an. <https://www.boscolo.com/it/viaggi/svizzera> Laut Jenni Nessi sei die Schweiz eine sehr beliebte Destination bei den Kunden des RV.

Anmerkung Antonio Vezzoso:

Dies könnte eine Chance sein speziell für alle interessierten Schweizer Partner und Tourismusakteure mit dem RV direkt Kontakt aufzunehmen.



Der RV war mit verschiedenen ProduktmanagerInnen Teilnehmer an den IBT-Famtrips April 2016 und April 2019.

Darüber hinaus wurden Termine anlässlich der TTG Messe in Rimini in 2018 und 2019 wahrgenommen. Inzwischen besteht ein sehr guter Kontakt zur IBT.

Frau Jenni Nessi arbeitet seit über 20 Jahren für Boscolo Tours, ist aber erst seit kurzem für die VLR Länder verantwortlich.

Für Jenni Nessi war die VLR eine absolut neue Destination. Deshalb kam ihr der aktuelle Sales Termin sehr gelegen.

Wir haben anhand des mitgeführten Informationsmaterials die VLR allgemein und St.Gallen und Lindau näher besprochen.

Für Jenni Nessi war es wichtig, mir/der IBT die neue trendige Produktlinie "Viaggi Guidati Slow" von Boscolo Tours vorzustellen. Es handelt sich dabei um begleitete Gruppenreisen mit jeweils einem

Standort entweder am Meer, in den Bergen, in einem Kurort oder an einem See.

Neben den coronabedingten **verstärkten Trends zu mehr Natur, Landschaft und Nachhaltigkeit** ist laut Jenni Nessi auch ein **verstärkter Trend nach individuellen Programmen** festzustellen.

Dieser Trend wird seit Jahren auf internationaler Ebene beobachtet.

Die neue Produktlinie "Viaggi Guidati Slow" soll speziell auch diesem Trend Rechnung tragen.

Deshalb sollen die Programme so konzipiert sein, daß der Reisende jeden Tag abwechselnd an gemeinsamen Gruppenausflügen und/oder Freizeit/Relax im Hotel geniessen kann.

Die gemeinsamen Gruppenausflüge sind mal als Fullday mit freiem oder gebuchtem Mittagessen oder Verkostung regionaltypischer Produkte, oder Halfday mit Rückkehr ins Hotel am Nachmittag oder Start des Ausflugs erst am Nachmittag geplant.

Das Hotelarrangement soll mit Halbpension (Frühstück und Abendessen) sein.

Die Reisedauer soll zwischen 5 und 8 Tagen betragen.

Dies ist auch ein erfreulicher Aspekt hinsichtlich der Wertschöpfung für die Destination.

Als Resultat der bisherigen gezielten Marketingaktivitäten der IBT ist für den RV die VLR eine geeignete internationale Destination für diese neue Produktlinie.

Um einen näheren Eindruck von dieser Produktlinie zu bekommen kann man auf die entsprechende Interseite von Boscolo gehen, hier sind bereits einige Reiseangebote vorhanden.

Coronabedingt sind aktuell alle Programme in italienischen Destinationen:

<https://www.boscolo.com/it/viaggi/viaggi-guidati-slow>

Die VLR wäre momentan die erste internationale Destination, die in dieser neuen Produktlinie angeboten würde.

Jenni Nessi hat mich/die IBT gebeten, wie beim aktuellen VLR Programm des RV, wieder bei der Programmgestaltung behilflich zu sein.

Der aktuelle Stand des bisherigen Austausches zur neuen Programmentwicklung mit dem RV:

Das Allerwichtigste für den RV und für das Programm war zunächst ein passendes Standorthotel zu finden, da dies für diese Produklinie von existenzieller Wichtigkeit sei.

Das Hotel sollte 4 Sterne haben, hochwertige Wellnesseinrichtungen/SPA, ein gutes Restaurant, in Seenähe liegen, idealerweise mit eigenem Strand oder in Fußnähe eines schönen Strandbads.

Als passendes Hotel wurde das Seehotel am Kaiserstrand in Lochau empfohlen und von Jenni Nessi bereits als passend bestätigt.

Die IBT und der Incomer der LTK "Bodensee Trips und Tours" haben zusammen einen ersten Programmentwurf erstellt und dem RV gesendet.

Inzwischen wurde auch dieser erste Programmentwurf mit allen VLR Ländern seitens Jessi Nessi als sehr passend bewertet.

Des Weiteren sollen für 2022 weitere neue Themenkataloge erstellt werden.

Die **VLR** wäre laut Jenni Nessi bspw. **auch interessant für den Themenkatalog "Winter"**.

Die Einschätzung der VLR als geeignete Destination für die neue Produktlinie von Boscolo Tours bestätigt nachdrücklich, in welchem Maße die VLR als passendes internationales Nahziel in und/oder nach der Coronakrise von Seiten des touristischen B2B-Sektors in Italien angesehen wird.

Jenni Nessi hat sich ausdrücklichst für den Sales Termin bedankt.

Zielgruppen:

Universalist, > 30, an Gruppenreisen Interessierte, Hochzeitsreisen, verschiedenste Themenreisen, Individualreisende, Familien, Geschlossene Gruppen, Zubuchergruppen.

Vertrieb:

Der RV ist buchbar in ganz Italien in ca. 9.000 Reisebüros. Online.

Ganzjahreskataloge Auflage 260.000 Stück. Als Folge der Coronakrise seit 2021 verschiedene Themenkataloge. **Neue Themenkataloge für 2022** sollen folgen bspw. mit "Neuigkeiten", "Winter".

Jenni Nesi ist eine interessierte Kandidatin für den nächsten IBT Famtrip.

Der Termin diente auch der Kontaktpflege.

Als Ergänzung zu diesem RV gerne den Bericht vom Termin der Sales Tour am 25. November 2015 lesen und die Feedbacks der Teilnehmerinnen an der Famtrips der IBT im April 2016 und 2019.

8. Fulvia Tour, Adria, Provinz Rovigo (RO)

Via Chieppara 24
45011 Adria (RO))

AP: Herr Nicola Guarneri, Inhaber/Geschäftsführer + Mirko Romani, Leitung Gruppenabteilung und Incoming

Persönliche Mailadressen: nicola@fulviatour.com und mirko@fulviatour.com

Website: <https://www.fulviatour.com/it>

Einer der wichtigsten inhabergeführten Reiseveranstalter der Region Veneto. Der RV hat ein eigenes Reisebüro. Seit 1986 auf dem Markt. Der RV hat 9 Mitarbeiter.

Der RV ist auch Incomer für die Region Veneto. Es handelte sich um einen Erstkontakt.

Der RV bietet **weltweite Individual- und Gruppenreisen aller Art** an, desweiteren **auch Wintersportreisen**.

In 2021 coronabedingt mit Schwerpunkt Destination Italien.

Der RV ist unter anderem auf Schul-/Klassenfahrten/Studien-/Bildungsreisen und bestimmte Incentives spezialisiert.



Zuletzt VLR Bodensee mit Besuch von Weihnachtsmärkten in 2018 im Programm, mit Vollpension und mit geführten Besichtigungen von Konstanz, Lindau und Bregenz (hier nur Weihnachtsmarkt ohne geführte Besichtigung).

Siehe Programm:

<https://www.fulviatour.com/it/pag/viaggi-di-gruppo-4/p/mercatini-di-natale-lago-di-costanza-30-11-02-12-18-3883>

In der Vergangenheit wurde auch schon eine spezielle Themenreise für staatliche Archivisten nach St. Gallen organisiert. Zentraler Schwerpunkt der Reise war die ausführliche Besichtigung des Stiftsbezirks und vor allem der Stiftsbibliothek.

Ansonsten war die VLR für die Ansprechpartner eine weitestgehend unbekannte Destination. Keiner im Team verfüge über persönliche Zielgebietskenntnisse, insofern müsse man intern die Destination VLR besser kennenlernen.

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

Ich habe mich bei der Präsentation vor allem auf Reisethemen wie Natur, Landschaft und Nachhaltigkeit konzentriert.

Ich habe St.Gallen und Lindau näher besprochen.

Hierbei wurde auch die Tatsache, daß es keine Großstädte in der VLR gibt als positiver Aspekt empfunden.

Die VLR wurde insgesamt als interessantes internationales Nahziel für den begonnenen Restart bewertet.



Der Incomer war sehr **an Kontakten zu lokalen Incomern interessiert**.

Deshalb habe ich auf die Kontaktdata von Art Cities Reisen, Konstanz im Sales Guide der IBT hingewiesen, und die Kontaktdata von Lina Flohr, Bodensee Trips & Tour der LTK Lindau überreicht, da ich diese ohnehin als Informationsmaterial der eingebuchten LTK dabei hatte.

Als unmittelbar Folge des Sales Termins hat der Inhaber Nicola Guarneri bereits 2 Tage nach dem Sales Termin eine konkrete Gruppenanfrage für das Reisedatum 09.- 12. September 2021 an den Incomer Bodensee Trips & Tours gesendet.

Gewünscht wurde ein Programm, das bei freier Standortwahl und anderen frei wählbaren Programm-punkten unbedingt die geführten Besichtigungen der drei Unesco-Welterbestätten in der VLR beinhaltet sollte: der Stiftsbezirk St.Gallen, die Insel Reichenau und die Pfahlbauten Unteruhldingen.

Auch diese konkrete Gruppenanfrage bestätigt zweifelsohne, wie gut sich die VLR aus Sicht der italienischen RV als passende, nahe, internationale Destination in und/oder nach der Coronakrise eignet.

Einschätzung Antonio Vezzoso:

Der RV hat ein erhebliches Potenzial für die verschiedene Reisethemen in der VLR. Die IBT wird den Kontakt sicherlich ausbauen.

Zielgruppen:

über 50 Jahre, geschlossene Gruppen, CRAL = Freizeitorganisationen von Unternehmen, Verbände, Pfarrgemeinden, alle Arten von Schulen und Bildungsinstituten, Zubuchergruppen, Individualreisende.

Vertrieb:

Über das eigene Reisebüro und Online und Social Media. Für Schulen und Bildungsinstitute werden spezielle Kataloge produziert.

9. Romanato Viaggi, Rovigo

Via Silvestri 1

45100 Rovigo

AP: Herr Leonardo Romanato, Inhaber und Frau Ilaria Capitocco Produktmanagement und Sales

Direkte Mailadressen der AnsprechpartnerInnen: giramondo.rovigo@gmail.com

Website: <https://www.romanatoviaggirovigo.com/>

Aufstrebendes regionales inhabergeführtes Reisebüro mit Eigenveranstaltung.

Erst seit 2018 auf dem Markt.

Es handelt sich um eine **Franchise-Agentur der italienischen Reisebürokette Giramondo Viaggi** (Hauptsitz Verona), mit Filialen auch in Spanien, Brasilien, Bulgarien, Costa Rica und Peru.

Bieten **weltweite Individual- und Gruppenreisen** an.

Spezialisiert auf **maßgeschneiderte Reisen und Kleingruppen**.

Mein Erstkontakt mit Frau Ilaria Capitocco war auf der TTG Messe Rimini im Oktober 2019.

Der RV kennt die VLR Bodensee als Destination überhaupt nicht. Die VLR Bodensee ist eine neue Destination für den RV. Der RV hat noch keinerlei Zielgebietskenntnisse der VLR.

Mit Hilfe des Informationsmaterials der IBT und der eingebuchten Partner habe ich die VLR als sinnvolle Destination für den Restart präsentieren können.

Ich habe St.Gallen und Lindau näher vorgestellt. Hierbei wären als nächstes die Weihnachtsmärkte noch in 2021 interessant.

Das relativ junge Team um den Inhaber Leonardo Romanato möchte sich von den Wettbewerbern absetzen. Dies möchte man vor allem durch eine massgeschneiderte, genau auf die Kundenwünsche abgestimmte Programmgestaltung erreichen.

Bemerkenswert: Der RV ist auch an guten 4* und sogar an 5* Sterne Hotels interessiert.

Anmerkung Antonio Vezzoso:

Hier besteht eine Chance für interessierte Partner und Tourismusakteure in der VLR, sich direkt an den RV zu wenden und ihm entsprechende Hotelangebote zu machen.

Um den italienischen Reiseveranstaltern die Einordnung der eingehenden Angebote zu erleichtern, ist es empfehlenswert sich dabei auf den betreffenden Sales Tour Termin mit mir/der IBT zu beziehen. Der Sales Termin habe laut dem RV sehr gute Inputs gebracht.

Die VLR wird nach dem Sales Termin insgesamt als neue interessante Destination bewertet.



Man würde die VLR sehr gerne bei Planungen und Überlegungen für zukünftige Programme berücksichtigen.

Die AnsprechpartnerInnen haben die Mittagspause ausfallen lassen bzw. verkürzt, um mehr Zeit für den Termin zu haben.

Die IBT wird den Kontakt ausbauen und die Entwicklung aufmerksam verfolgen.

Der RV ist sehr an einer Teilnahme am nächsten Famtrip der IBT interessiert.

Zitat Leonardo Romanato: "Man bekäme praktisch täglich mehrere Einladungen zu allen möglichen Famtrips, aber die VLR würde man sehr gerne persönlich kennenlernen".

Zielgruppen:

>60 Jahre, aber auch sehr gemischt, Zubuchergruppen, Honeymooner, Individualreisende.

Vertrieb:

Über das eigene Reisebüro, ansonsten alles online und über Social Media.



10. Caldieri Viaggi, Monselice, Provinz Padua (PD)

Via Luigi Negrelli 1

35043 Monselice (PD)

AP: Frau Patrizia Caneva Inhaberin und Geschäftsleitung

Persönliche Mailadresse der Ansprechpartnerin:

patrizia.caneva@caldieriviaggi.it

Website: www.caldieriviaggi.it

Guter traditionsreicher inhabergeführter überregionaler (Bus-)Reiseveranstalter mit eigenem Reisebüro und Incomer für Italien. Seit über 30 Jahren auf dem Markt.

Der RV hat 6 Mitarbeiter.

Der RV ist **spezialisiert auf verschiedene Arten von Individual-und Gruppenreisen und exklusive Mit-gliederreisen**, auch Business Travel und MICE. (In 2021 coronabedingt mit Schwerpunkt Destination Italien.)

Die **besondere Spezialisierung des RV sind Pilgerreisen und Kulturreisen mit religiösem/spirituellen Hintergrund** mit eigener Webseite = <https://www.pellegrinaggicaldieri.it/> und sehr umfangreichem Katalog 2021:

https://www.pellegrinaggicaldieri.it/wp-content/themes/CaldieriPellegrinaggi/assets/Catalogo_Pellegrinaggi_2021_ANTEPRIMA.pdf

Das wäre sehr interessant für zukünftige buchbare KKW-Angebote.

Laut Patrizia Caneva verstehe man sich als Qualitätsanbieter und bevorzuge, massgeschneiderte Reisen anzubieten.



Erstkontakt erfolgte auf der TTG Messe Rimini im Oktober 2016.

Zuletzt VLR in 2017 nur als Programmidee online im Angebot, ohne Reisedaten und Preise. Bis dato wurde die VLR laut dem RV wegen mangelnder Nachfrage kaum angeboten.

Im Vorfeld hatte Patrizia Caneva angekündigt, daß dieser **Sales Termin die Basis für eine zukünftige attraktive Programmgestaltung seitens des RV legen solle.**

Wir haben die Region St. Gallen-Bodensee und die Lindau näher besprochen.

Desweiteren wurden die Pfahlbauten Unteruhldingen, das Fürstentum Liechtenstein und das Thema Bier, hier das Hopfengut 20, und Brennereien angesprochen.

Da der RV auf Pilgerreisen und Kulturreisen mit religiösem Hintergrund spezialisiert ist, habe ich neben dem Stiftsbezirk St.Gallen auch die Insel Reichenau und das Kloster und Schloss Salem näher vorgestellt.

Bei diesem RV hat sich zum wiederholten Male bestätigt, welch **erhebliches Potenzial die VLR mit entsprechenden Reiseangeboten rund um die Themen "Religiöse/Spirituelle Kulturreisen" auf dem italienischen Markt** hätte.

Schliesslich wurde **die Schwäbisch-Alemannische Fasnacht als immaterielles Unesco-Kulturwelterbe** angesprochen. Dies sei laut Patrizia Caneva ein interessantes Reisethema für die Spätwintersaison und sie habe dafür auch schon bestimmte Banken als potenzielle Kunden im Kopf.

Da der RV an **Kontakten zu lokalen Incomern interessiert** war, habe ich neben dem mitgeführten Informationsmaterial und den Kontakten zum Incomer der LTK Bodensee Trips und Tours, auch auf die Kontaktdata der Incomer Art Cities Reisen, Konstanz und Radweg Reisen Konstanz im Sales Guide der IBT hingewiesen.

Die während des Sales Termins präsentierten Themen und Angebote der VLR Bodensee werden als sehr vielfältig und sehr interessant empfunden.

Die VLR sei laut Patrizia Caneva eine sehr interessante neue Destination.

Die VLR sei eine ideale internationale Destination für den beginnenden Restart.

Als unmittelbare Folge des Sales Termins ist es laut dem RV sehr wahrscheinlich, daß man die VLR in 2022 ins Programm nehmen wird.

Zitat Patrizia Caneva: "Dieser Termin hat sich wirklich gelohnt. Bei Caldieri Viaggi würden wir auch so einen Handelsreisenden brauchen."

Patrizia Caneva hat sich per Mail ausdrücklich für den Sales Termin bedankt und mir mitgeteilt, daß sie Ende Sommer/Anfang Herbst mit der neuen Programmplanung beginne und sie dann wieder auf mich/die IBT zukommen werde.

Einschätzung Antonio Vezzoso:

Der RV hat ein erhebliches Potenzial für die VLR. Die IBT wird den Kontakt zum RV sicherlich vertiefen. Ich konnte den RV bei dem Sales Termin von der grundsätzlichen Attraktivität der Destination VLR für verschiedene Bereiche der Angebotspalette des RV überzeugen.

Der RV hat ein erhebliches Potenzial für verschiedene Reisethemen und -Angebote in verschiedenen Saisonzeiten in der VLR.

Hier besteht für interessierte Partner und Tourismusakteure in der VLR Bodensee konkret eine gute Chance, eine Geschäftsbeziehung mit diesem Reiseveranstalter aufzubauen

Dies gilt speziell für lokale Incomer.

Zielgruppen:

Senioren, geschlossene Gruppen, Verbände, Vereine, CRAL = Freizeitorganisationen von Unternehmen, Firmen, Banken, Pfarrgemeinden, Diözesen, Religiöse Organisationen, Zubuchergruppen, Honeymoo-ner, Individualreisende.

Vertrieb:

Über das eigene Reisebüro und Online. Eventuell ab 2022 wieder ein Ganzjahreskatalog.

11. Cam Viaggi , Monselice, Provinz Padua (PD)

Via Vittorio Veneto 11

35043 Monselice (PD)

AP: Frau Alessia Barnes, Leiterin Gruppenabteilung/Produktmanagement und Mitinhaberin

Direkte Mailadresse: gruppi@camviaggi.com

Website: <https://www.camviaggi.com/>

Guter regionaler inhabergeführter Busreiseveranstalter mit eigenem Reisebüro und zwei weiteren Filialen.

Der RV hat 10 Mitarbeiter. Es handelte sich um einen Erstkontakt.

Der RV bietet **weltweite Individual- und Gruppenreisen** an.

Der RV bietet **seit kurzem auch Radreisen** an, da man den nationalen wie internationalen Trend zu mehr Aktiv-tourismus nutzen möchte.

(In 2021 coronabedingt mit Schwerpunkt Italien.)



Er hatte die **VLR zuletzt im Juli 2018 mit Lindau und Insel Mainau in Kombi mit Lugano** im Programm.
Siehe Programm Katalogseiten 18/19 <https://issuu.com/viaggidigruppomaggionovembre17/docs/catalogocam2018mag-nov>

Der RV ist trotz der Coronakrise in einer Expansionsphase, zum Zeitpunkt des Sales Termins war der RV dabei eine weitere Filiale zu eröffnen.

Für den RV war/ist die Schweiz ein wichtiger Umsatzbringer, die Reiseangebote konzentrieren sich dabei allerdings fast ausschliesslich auf Kurzreisen in Kombination mit dem Bernina-Express.

Ansonsten ist für den RV die Destination VLR ein noch weitestgehend unbekanntes Zielgebiet.

Anhand des Informationsmaterials der IBT und der eingebuchten Partner konnte ich die VLR ganz allge-mein als passendes internationales Nahziel für den beginnenden Restart präsentieren.

Lindau und St.Gallen wurden näher vorgestellt. Hierbei wurden speziell Hotels in/um St.Gallen und Lindau angesprochen.

Als unmittelbare Folge des Sales Termins plant der RV bereits für 2021 die Weihnachtsmärkte in Lindau und St. Gallen ins Programm zu nehmen.

Sie arbeiten mit dem RV und Incomer Dimensione Europa mit Sitz in Rosenheim und Bergamo zusammen. Der RV Dimensione Europa ist bereits ein guter Kontakt der IBT, wurde bei einer Sales Tour Italien im Juni 2016 besucht und war Teilnehmer am Famtrip der IBT im November 2017.

Dennoch war der RV an weiteren Kontakten zu lokalen Incomern in der VLR interessiert.

Deshalb habe ich neben dem mitgeführten Informationsmaterial und den Kontakten zum Incomer der über das Kooperationsangebot der IBT eingebuchten LTK Bodensee Trips und Tours, auch auf die Kontaktdaten der Incomer Art Cities Reisen, Konstanz und Radweg Reisen Konstanz im Sales Guide der IBT hingewiesen.

Der Kontakt zu Radweg Reisen, Konstanz, könnte noch interessant werden mit Hinblick auf eventuelle Radreiseangebote des RV, die im Ausland stattfinden werden.

Beim Sales Termin war neben Alessia Barnes auch der Mitinhaber und Geschäftsführer Herr Cristian Scalabrin anwesend.

Laut beiden Ansprechpartnern war es ein sehr guter Termin.



Der RV hat sich auf seiner offiziellen Facebook-Seite nochmals ausdrücklich für den Sales Termin bedankt.

Zitat des Posts: "Es war für uns ein Privileg, Dich/die IBT bei uns zu empfangen und zuzuhören. Wir können es kaum erwarten, mit unseren Kunden in Deine/Eure internationale Bodenseeregion zurückzukehren, die von Dir/der IBT so außergewöhnlich gut repräsentiert wird. Bis bald"

Einschätzung Antonio Vezzoso:

Der RV hat ein signifikantes Potenzial für die VLR. Die IBT wird den Kontakt sicherlich vertiefen.

Es könnte sich für interessierte Partner der IBT und allgemein für Tourismusakteure in der VLR lohnen, direkt mit dem RV Kontakt aufzunehmen und sich über Möglichkeiten einer Zusammenarbeit auszutauschen.

Zielgruppen:

80 % Zubuchergruppen, an Radreisen Interessierte, an Aktivtourismus Interessierte, Individualreisende, Honeymooner.

Vertrieb:

Über die eigenen Reisebüros, Online + Social Media + WhatsApp.

Bis 2019 Ganzjahreskatalog. Jetzt 3 Kataloge pro Jahr Jan-April, Mai-November, November-März + Weihnachtsmärkte.

Cristian Scalabrin/Alessia Barnes sind interessierte KandidatInnen für einen der nächsten Famtrips der IBT.

Sollte dies in absehbarer Zeit nicht möglich sein, würde der Mitinhaber und Geschäftsführer Cristian Scalabrin gerne eine **eigene Informationsreise in die VLR Bodensee** organisieren. Der RV würde diese auf eigene Kosten durchführen.

Anmerkung Antonio Vezzoso:

Sollte es eventuell zu einer eigenen Informationsreise des RV kommen, empfehle ich folgendes:

Dies sollte/könnte als Möglichkeit für alle Partner der IBT und der Tourismusakteure gesehen und genutzt werden, um den RV mit touristischen Dienstleistungen aller Art zu unterstützen.

Der RV erlebt auf diese Weise diese Angebote live. Dies führt erfahrungsgemäß in der Praxis dazu, daß diese im besuchten Zielgebiet live erlebten Angebote in der folgenden Programmgestaltung des RV mit großer Wahrscheinlichkeit bevorzugt berücksichtigt werden.

Denn es gilt der Grundsatz: Man verkauft einfacher und deshalb lieber was man persönlich kennt.

Erkenntnisse und Feedbacks für die VLR Bodensee und deren eingebuchte Partner der 2. Sales Tour 2021 IBT in Norditalien in der Region Veneto in KW 23:

Analog zur Sales Tour in KW 20 war diese Tour wieder von einem erheblichen Interesse an der Destination Vierländerregion Bodensee und ihren Reisetemen seitens der kontaktierten Reiseveranstalter geprägt, trotz der anhaltenden Coronasituation mit all ihren negativen Umständen und Konsequenzen für die Reiseveranstalter wie großer Umsatzeinbußen, geringer Planungssicherheit, reduzierten Bürozeiten, entsprechend angespannter Personalsituation etc. So gesehen kann das entgegengebrachte Interesse der Reiseveranstalter für die VLR unter diesen historisch einmaligen ungewöhnlichen Umständen nicht hoch genug eingeschätzt werden.

Die positiven Erkenntnisse und Prognosen der Sales Touren, die ebenfalls mitten in der Coronokrise im Oktober 2020 und im Mai 2021 durchgeführt wurden, haben sich auch bei dieser Sales Tour umfänglich bestätigt.

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

Die VLR wird auch in und nach der Coronakrise als vielseitige und interessante Destination für den bereits beginnenden und/oder zukünftigen Restart angesehen. Alle RV bewerten die VLR auch in und nach der Coronakrise als potenziell passende Destination. Sie planen mit der Destination VLR wann immer es möglich ist oder sein wird, wieder international zu verreisen. 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. Laut einhelliger Meinung internationaler Experten für Tourismusmarketing gehören diese Art von internationalen Destinationen - gleich nach den nationalen - zu den ersten Destinationen, die nach Absetzung/Lockerung der diversen internationalen Reisebeschränkungen eine signifikante Wiederbelebung der touristischen Nachfrage verzeichnen werden.

Das Image/die Reputation der Destination VLR Bodensee ist analog zu den bisher durchgeföhrten Sales Touren in 2015 -2021 durchweg positiv. Die Kunden kehren in der Regel immer mit positiven Reiseerlebnissen zurück und sind praktisch immer zufrieden. Die VLR gilt eher als hochpreisige innereuropäische Destination, dies sei aber durch das Qualitätsniveau gerechtfertigt. Die VLR wird als vielseitige und sichere Destination angesehen.

Besonders erfreulich: **Die VLR Bodensee wird von allen besuchten RV spätestens nach der erfolgten Präsentation auch im Rahmen dieser Sales Tour unisono als adäquates internationales Nahziel für den inzwischen begonnen "Restart" eingeschätzt.**

Wieder sehr positiv, auch bei dieser Tour, wurde das erhebliche Interesse für die Destination VLR durch die Tatsache unterstrichen, dass die Gespräche ausschliesslich mit Entscheidungsträgern geführt wurden. Das

Internationale Bodensee Tourismus GmbH

Hafenstr. 6 | 78462 Costanza | Germania

www.lagodicostanza.eu

Direzione: Jürgen Ammann

Presidente Comitato Direttivo: Achim Krafft

Handelsregister Konstanz: HRB 381552

USt-IdNr. DE194008758



heißt InhaberInnen, GeschäftsführerInnen, AbteilungsleiterInnen und verantwortlichen ProduktmanagerInnen.

Auch bei dieser Tour wurde bestätigt, dass die Termine von allen besuchten Veranstaltern als hilfreich und interessant empfunden wurden. Das wurde auch durch den Umstand unterstrichen, dass sich alle RV mehr Zeit für den Termin nahmen als ursprünglich geplant und mitgeteilt worden war. Alle Ansprechpartner nahmen sich mindestens eine Stunde Zeit für den Termin, einige sogar erheblich mehr.

Auch bei dieser Tour wurde ein interessanter Mix der besuchten Veranstalter angestrebt und erzielt. So konnten auch wieder Termine mit Veranstaltern gemacht werden, die mehrheitlich mittelständische regionale/überregionale Traditionssunternehmen oder regionale/überregionale Busveranstalter sind bis hin zu Reiseveranstaltern, die zu den größten in Italien zählen, aber auch Kleinanbieter, die für die VLR relevante Reisethemen anbieten. Auch bei dieser Tour wurden Veranstalter besucht mit teilweise großem Potenzial für die VLR, aber mit zum Teil erheblich unterschiedlichen aktuellen Buchungsvolumina, bis hin zu solchen RV, die die Destination bis dato kaum bis gar nicht kannten.

In der Fachwelt ist man sich darüber einig, daß durch die Coronapandemie Reisethemen wie Natur, Landschaft und Nachhaltigkeit eine besondere und stärkere Rolle spielen werden. Deshalb wurden gezielt Termine vereinbart mit RV die auch solche Reisethemen verstärkt anbieten.

Sehr positiv zu bewerten ist auch, dass alle 10 besuchten Veranstalter planen, die Destination VLR in nächster Zukunft ins Programm aufzunehmen oder das Programmangebot quantitativ oder thematisch auszuweiten. Besonders erfreulich ist hierbei die Chance für die VLR, als erste internationale Destination in der neuen Produktlinie "Slow Reisen" des großen RV Boscolo Tours aufgenommen zu werden.

Die eingebuchten Partner der IBT:

Lindau Tourismus und Kongress GmbH (LTK):

Bei den Gesprächen gehörte Lindau für sich genommen als Stadt wie seit Jahren zu den bekannteren Orten in der Vierländerregion Bodensee.

Für die RV, die Lindau bereits kennen bzw. anbieten, gilt Lindau als eine der attraktivsten Städte in der VLR. Dies liegt vor allem an der Insellage, dem Hafen/der Hafeneinfahrt und der malerischen Altstadt.

Dies zusammen mit der näheren Vorstellung während des Sales Terms führte dazu, daß ich Lindau für die RV erfolgreich als eines der "must see" in der VLR darstellen konnte.

Für die RV war es aber auch interessant zu erfahren, wie umfangreich und vielfältig das touristische Angebot der Destination Lindau ist. Keinem der besuchten RV ist bspw. die Bedeutung und Qualität des lokalen-regionalen enogastronomischen Angebots bekannt. Und mit dem "Lindauer Genussherbst" verfügt Lindau sogar über einen auch international vermarktbaren special event (wenn entsprechende zumindest mittelfristige internationale Marketingmaßnahmen geplant und umgesetzt würden).

Die gezielte verstärkte Promotion des Themas Genuss/Enogastronomie stellt ein wichtiges To do für die weitere Profilierung von Lindau dar (und für alle relevanten Destinationen/Anbieter in der gesamten VLR). Denn trotz des relativ hohen Bekanntheitsgrads dient Lindau meistens lediglich als relativ kurzer Zwischenstopp, ohne Übernachtung, im Rahmen anderer Reiseprogramme wie bspw. "Romantische Straße" oder "Bayrische Schlösser" oder Reiseprogrammen in nördlicheren Destinationen Deutschlands.

Dies verdankt Lindau nicht zuletzt seiner verkehrsgünstigen Lage im Rahmen der obengenannten Reiseprogramme.

Bemerkenswert viele Ansprechpartner nehmen Lindau aber nicht als Reiseziel innerhalb der Destination VLR wahr.

So wurde Lindau analog zu St.Gallen aus der "Masse" an Destinationen, Themen, Angeboten herausgehoben, während andere Orte/Ziele nur kurz erwähnt werden konnten.

Durch das Einbuchen in das betreffende Kooperationsangebot konnte Lindau intensiver als vielfältig interessante touristische Destination in der VLR präsentiert werden, bzw. als Anreiz, die VLR als Destination in die eigenen Programme aufzunehmen.

Das ist speziell für solche RV interessant, für die Lindau eine unbekanntere Destination ist oder war.

So ist der Weihnachtsmarkt in Lindau für einige RV schon ab dem kommenden Winter 2021 interessant, auch für solche RV die bis dato überhaupt keine Weihnachtsmärkte in der VLR angeboten haben.

Des Weiteren konnte Lindau und Umgebung auch grundsätzlich als geeigneter Standort für Reisen in der VLR näher besprochen werden, nicht zuletzt auf Grund des gestiegenen Angebots an entsprechenden Hotelbetten, wie bspw. durch das 3* Hotel Best Western Plus Marina Star in Lindau.

Die anhaltende Coronakrise mit ihren jeweiligen internationalen Reisebeschränkungen und der erst beginnende internationale Restart im Tourismus erschwert es für die RV, die Bayrische Gartenschau in Lindau in nennenswerter Weise in ihre Überlegungen und Planungen für aktuelle Programme einzubeziehen. Die Landesgartenschau wird im Prinzip auch als coronabedingt passendes Event bewertet. Da sie aber nur bis zum 10. Oktober 2021 dauere, käme diese für die allermeisten internationalen Programme zu früh.

Die allermeisten RV sind bzgl. internationaler Reiseangebote aktuell in der Planung für das Jahr 2022 oder frühestens beim Herbst/Winter 2021. Deshalb waren in den Gesprächen periodisch wiederstattfindende Events und Attraktionen - kurz Programm- und Reiseangebote, die die RV auch in 2022 in ihre Planungen einbeziehen können - erheblich interessanter.

Die LTK hat mit der Gründung des Incomers Bodensee Trips und Tours (BTT) ab jetzt einen bedeutsamen Wettbewerbsvorteil auf dem italienischen Markt. Dies war neben den vorgestellten Reisethemen und -angeboten für die meisten RV der interessanteste Aspekt in den Gesprächen.

So bekam die LTK/BTT als unmittelbare Folge dieser und der letzten Sales Tour bereits mehrere konkrete Anfragen für Gruppenreisen.

Einschätzung Antonio Vezzoso:

Dies stellt ohne Zweifel auch einen wesentlichen Mehrwert für alle Tourismusakteure der Destination VLR dar. Denn die Nachfrage nach lokalen Incomern seitens der RV ist erheblich, siehe dazu auch die Berichte der vergangenen Sales Touren.

Es gibt wichtige RVs, die eine Destination nur in ihre Programme aufnehmen, wenn sie mit einem entsprechenden lokalen Incomer zusammenarbeiten können. Auszugsweise ein paar Beispiele hierfür:

Der RV CAP Viaggi aus Prato (einer der wichtigsten (Gruppen-)Reiseveranstalter Mittelitaliens), Etli Viaggi aus Vicenza (siehe Bericht Sales Tour KW 20) oder ganz aktuell bei dieser Sales Tour Fulvia Tour aus Adria. Für die LTK könnte es ein lohnenswertes Ziel sein, sich noch stärker als Standort für VLR Reisen zu präsentieren und zu profilieren.

Siehe dazu auch den Bericht der Sales Tour in KW 19 in 2018 mit Lindau als eingebuchtem Kooperationspartner.

St. Gallen-Bodensee Tourismus:

Analog zu den bisherigen Sales Touren mit Beteiligung von St. Gallen-Bodensee konnte St. Gallen auch bei dieser Tour durch das Einbuchen in das betreffende Kooperationsangebot intensiver als einer der kulturellen Höhepunkte der VLR präsentiert werden.

St. Gallen wird als kulturelles Highlight immer attraktiver für die Programme der RV. Praktisch alle RV planen mindestens eine geführte Besichtigung.

Auch die günstige geografische Lage bspw. bei Anreisen mit dem Bus ist ein strategischer Vorteil.

So konnte St. Gallen analog zu Lindau aus der "Masse" an Destinationen, Themen, Angeboten herausgehoben werden, während andere Orte/Ziele nur kurz angesprochen werden konnten.

Es haben praktisch alle RV St. Gallen in die Überlegung und Planungen ihrer Programme aufgenommen.

Besonders gefällt das UNESCO Kulturerbe, also der Stiftsbezirk, die Stiftsbibliothek und allgemeiner die Charakteristik und Attraktivität der Stadt/Alt-Stadt, die Erker etc. Das macht es nach wie vor insgesamt relativ leicht, die RV im Gespräch von St. Gallen als einem der "must see" in der VLR zu überzeugen.

Die Feedbacks der RV sprechen für sich.

Im unmittelbaren Nachgang zur Sales Tour wurden für die neue Produktlinie des wichtigen RV Boscolo Tours (Sitz in Padua), "Slow Reisen" (= dt. Übersetzung), auch einschlägige lokale Genussthemen wie die St. Galler Bratwurst und die Schützengarten-Brauerei, aber auch Maestran's Chocolarium in Flawil vorgeschlagen und bereits als passend bewertet.

Ein lohnenswertes strategisches Ziel für die Destination St.Gallen-Bodensee könnte es sein, die Hotelübernachtungen zu steigern.

Die mitgeführte Hotelübersicht der Region war sehr nützlich um die RV darauf zu verweisen, wie und wo sie sich einen quantitativen und qualitativen Überblick verschaffen können.

Ein weiterhin existenziell wichtiges to do, das speziell für St. Gallen und die gesamte Schweizer Seite empfehlenswert wäre: wir können mittelfristig nur durch konkrete Beispiele und Angebote die Meinung bei den Reiseveranstaltern ändern, dass die Schweizer Seite grundsätzlich als zu teuer für Übernachtungen eingeschätzt wird und die RV diese deshalb erst gar nicht anfragen.

Interessierte und passende Tourismusakteure der Region St. Gallen-Bodensee sollten kontinuierlich direkt konkrete Angebote zusenden, um so den RV einen Preisvergleich zu ermöglichen.

Ganz wichtig ist auch die Nachverfolgung.

Ein guter Anfang wäre die unterschiedlichen Saisonzeiten gezielt zu nutzen:

Bsp. wenn auf der deutschen Seite Hochsaison ist am Wochenende oder in den Sommerferien, ist in St.Gallen Nebensaison und sie haben eventuell Kapazitäten frei. Genau solche Angebote müssen den Markt regelecht durchdringen. St. Gallen kann wie alle anderen Partner auch den kontaktierten/besuchten RV jederzeit Angebote machen.

Durch die Coronakrise ist der für St.Gallen so wichtige Bereich der Geschäftsreisen eingebrochen.

Ein sinnvolles Ziel könnte sein, durch Übernachtungen aus dem Bereich Leisure die Einbußen und Verluste zumindest einzudämmen.

Siehe dazu auch die Berichte der bisherigen Sales Touren mit St.Gallen als eingebuchtem Kooperationspartner in 2019, 2018 und 2017.

Der Sales Guide Bodensee:

Der Sales Guide und die darin enthaltenen Tourenvorschläge der IBT helfen nach wie vor sehr bspw. bei der Zusammenstellung von mehrtägigen Programmen. Die Vielfalt und Kombinationsmöglichkeiten der Reisethemen/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 Reisethemen und –angebote (Natur, Landschaft, Aktiv) finden, die als eine der Folgen der Coronakrise verstärkt nachgefragt werden dürften.

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.

Wir bekommen immer wieder anerkennende Worte von den Ansprechpartnern der RV für die Qualität unseres Sales Guides.

Weihnachtsmärkte in der VLR werden immer beliebter oder sind es bereits:

5 von 10 RV planen Weihnachtsmärkte noch für 2021 neu in ihr Programm aufzunehmen oder haben oder hatten bereits Weihnachtsmärkte in der VLR im Programm.

Die IBT Broschüre (Ausgabe 2019) der Weihnachtsmärkte und die Präsentation der Weihnachtsmärkte im Sales Guide Bodensee waren wieder sehr hilfreich, um die Qualität und Vielfalt der Weihnachtsmärkte in der VLR zu präsentieren.

Für viele RV sind die Weihnachtsmärkte der Einstieg in die VLR als Destination in der eigenen Programmgestaltung. Deshalb sind die Weihnachtsmärkte auch von strategischer Bedeutung.

Kirchen Klöster Weltkultur (KKW):

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

Auf dem italienischen Markt gibt es mehrere Spezialveranstalter für Pilgerreisen und Kulturreisen mit religiösem Hintergrund.

Zahlreiche andere RV bieten diese Art von Reisen an, weil sie sehen, daß es dafür eine beträchtliche kontinuierliche Nachfrage gibt.

Denn Tatsache ist: Religiöse Reisen/ Kulturreisen mit religiösem Hintergrund liegen in Italien aber auch international voll im Trend.

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 Reisethema anbieten.

Saisonunabhängige Reisethemen sind (nicht nur) im touristischen B2B-Bereich sehr begehrt, da sie sich unter anderem hervorragend zur Optimierung diverser betrieblicher Auslastungen eignen.

Die Schwäbisch-Alemannische Fasnacht (SAF):

Die alemannisch-schwäbische Fasnacht stellt ein potenzielles touristisches Produkt/Angebot mit einem regelrechtem USP-Charakter/ Alleinstellungsmerkmal dar.

Die SAF ist seit 2014 offizielles immaterielles UNESCO Kulturerbe in Deutschland.

Es handelt sich um das einzige immaterielle UNESCO Kulturerbe in der VLR Bodensee.

Für rund 20 der bei den bisherigen Sales Touren (2015 – 2021) besuchten RV ist das ein sehr interessantes Thema.

(Darauf hat die IBT in der Vergangenheit reagiert und gemeinsam mit entsprechenden Partnern erste buchbare Programme entwickelt).

Das Thema "schwäbisch-alemannische Fasnacht" ist für einige RV attraktiv und sie sind an entsprechenden Programmangeboten interessiert. Das liegt auch daran, dass das Thema Karneval/Fasnacht allgemein als touristisches Reisemotiv eine immer größere Rolle spielt. Und für viele RV ist es interessant, um das Winterprogramm um eine thematische Attraktion erweitern zu können. Das ist wiederum für die gesamte VLR wirtschaftlich interessant, da die RV über das eigentliche Hauptthema der Reise hinaus sehr gerne weitere touristische Attraktionen in das Programm einbinden, wie z. B. Stadtbesichtigungen, Museumsbesuche, Verköstigungen etc. in anderen Gebieten der VLR.

Siehe dazu aktuell oben in diesem Bericht Sales Termin mit Patrizia Caneva, Caldieri Viaggi.

Auch mit diesem Thema würde sich die VLR mittel-langfristig qualitativ und quantitativ noch besser auf dem internationalen Markt positionieren und profilieren.

Des Weiteren könnte die VLR damit ein attraktives ReisetHEMA mit internationalem Alleinstellungsmerkmal noch dazu in einer von den RV allgemein als Nebensaison bewerteten Jahreszeit anbieten.

An dieser Stelle möchte ich nochmals unterstreichen, dass **praktisch alle RV immer interessiert sind an neuen attraktiven ReisetHEMAEN**.

Das ist oftmals unabhängig von der eigentlichen Destination. Auch deshalb sollten im B2B-Bereich, wann immer möglich, **aus Themen buchbare Produkte entwickelt und angeboten werden**.

Dies würde auch dazu führen, daß die Destination VLR auch für alle anderen Marktsegmente der internationalen touristischen Nachfrage als Reiseziel attraktiver werden würde. Weitere erhebliche Vorteile wären eine stärkere Profilierung und eine Optimierung der Reputation/ des Images der Destination VLR auf den internationalen Märkten. Schlussendlich würde das potenziell beträchtliche Wettbewerbsvorteile für die VLR ergeben.

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

An dieser Stelle führe ich wie in den Reports für die Sales Touren 2015 -2021 nur neue Aspekte auf, oder solche die verstärkt hervortreten, da ansonsten Ergebnisse und Feedbacks weitestgehend vergleichbar mit den Sales Touren 2015 -2021 waren.

Deshalb siehe

- ⇒ dazu die Reports der Sales Touren 2015 - 2021
- ⇒ dazu die entsprechenden Markt- und Produkterkenntnisse der bisherigen Sales Touren
- ⇒ Auf Grund der Coronapandemie speziell die aktuellen/-ersten Berichte aus 2020 und 2021 beachten.

- Interesse an **Kontakten zu RV und zu lokalen Incoming-Agenturen**, die **die gesamte VLR anbieten** können.
- RV wünschen sich **mehr italienisch sprechende local Guides, idealerweise solche die in der ganzen VLR führen können**. Streng genommen ist dies 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**, z.T. zu günstigeren Preisen:

Hier wurde von der IBT und Ihren Partnern bzw. den jeweiligen Tourismusakteuren ein erheblicher Fortschritt erzielt, da man bspw. die RV gezielt auf die entsprechende Internetseite der Homepage der IBT verweisen kann, wo für alle Destinationen der VLR passende (Gruppen-) Hotels aufgeführt sind.

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.

Dies sollte dann auch mit konkreten Hotelangeboten, Preisen verstärkt/untermauert werden:

Anmerkung Antonio Vezzoso:

Hier besteht eine gute Chance auch für das Umland bzw. Hotels/Destinationen in der gesamten VLR Bodensee:

Möglichkeit/ To Do für Partner:

- ⇒ Interessierte Anbieter sollten direkt konkrete Hotelinformationen und Hotelangebote an die besuchten/kontaktierten RV senden. Das ist der einzige Weg.
Auch wichtig für Hotels: Entferungen zu bekannten Ausflugszielen angeben.
So sieht der RV ganz konkret, dass man viele attraktive Programme von jedem Standort aus in der VLR durchführen kann.

- ⇒ **Grundsätzlich gilt :** Wie bei den Möglichkeiten/Todos für Partner oben aufgezeigt - 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.

- ⇒ Bei weiteren Sales Touren der IBT in Italien können über Kooperationsangebote auch Mitarbeiter/Gruppenabteilungen/Produktmanager von Partnern/Destinationen mitkommen, die kein Italienisch sprechen. Bei den Terminen übersetzt Antonio Vezzoso gerne alles. (An der Sprachbarriere soll eine persönliche Teilnahme nicht scheitern).

Grundsätzlich besteht immer auch eine Chance für die anderen Destinationen, allen Partnern und dem seefernerem Umland.

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

In der VLR sind unterschiedliche Saisonverläufe, Auslastungsphasen etc. zu verzeichnen. Diese könnten von den jeweils interessierten Tourismusakteuren strategisch zur Optimierung/Erhöhung der Auslastung genutzt werden.

Vereinfacht ausgedrückt bedeutet dies, daß man kontinuierlich überprüfen sollte, zu welchen Zeitpunkten sich die eigenen freien Kapazitäten mit einem erhöhten Nachfragepotenzial seitens der italienischen RV überschneidet. Bspw. wenn freie Kapazitäten absehbar sind, an Wochenenden oder in Ferienzeiten.

Aber auch an den von den italienischen RV gern genutzten italienischen Brückentagen.

Ich möchte an dieser Stelle nochmals ausdrücklich hervorheben, dass ich in jedem Gespräch betone, dass es programmtechnisch zweitrangig ist wo man in der VLR übernachtet.

Ich verdeutliche und unterstreiche bei allen Gesprächen, daß es eigentlich keine entscheidende Rolle für die erfolgreiche Durchführung einer (Gruppen-) Reise spielt, welchen (Hotel-) Standort man innerhalb der VLR wählt.

Man kann von praktisch jedem Standort aus jede Art von Programm in der Gesamtregion VLR durchführen. Das muss ab jetzt mit an die Coronakrise angepassten entsprechenden Angeboten aufgezeigt werden und zwar kontinuierlich.

Das Gleiche gilt für das seefernere Umland. Alle Partner in der VLR Bodensee sollten auch das "Umland konkret empfehlen".

Die RV müssen etwas konkretes vorliegen haben und Preise vergleichen können. Die RV entscheiden sich dann für das für sie passendste Angebot.

Von sich aus fragen die RVs sonst immer wieder nur bei den gleichen Hotels / in den gleichen Städten/Ge bieten an bzw. bekommen von ihren Ansprechpartnern immer die gleichen Hotels (und die gleichen Programme) angeboten.

An die 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 von den Partnern, ist aber der richtige und zielführende Weg.

Die Coronakrise birgt für die VLR auch eine große Chance die bisher gewonnenen Marktanteile zu stärken und diese zum Teil sogar zu vergrößern.

Die coronabedingte veränderte Reisegeografie bietet für die VLR die wertvolle da seltene, fast einmalige Möglichkeit/Gelegenheit, für RV interessant zu sein/werden, die bis dato gänzlich andere Kontinente angeboten haben.

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

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

Das ist ein primäres To do für alle interessierten Destinationen, Partner etc. in der VLR.

Die Kontakte der IBT sollten von den Destinationen und Partnern unbedingt aktiver genutzt werden als bisher. Ansonsten verpufft viel zu viel von den Marketingaktivitäten der IBT.

Bitte bei der Kontakaufnahme mit den RV immer beachten:

Um den italienischen Reiseveranstaltern die Einordnung der eingehenden Angebote zu erleichtern, ist es empfehlenswert sich dabei auf den betreffenden Sales Tour Termin mit mir/der IBT zu beziehen.

Des Weiteren empfiehlt es sich als Vorbereitung die betreffende Programmklasse des RV im Vorfeld zu mindest online anzuschauen und sicherzustellen, dass das eigene Angebot zum aktuellen Programmangebot des jeweiligen RV passt.

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

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

Eine solche Vorgehensweise dürfte sich spürbar verkaufsfördernd auswirken, denn die aktuellsten Feedbacks der RV belegen eindeutig, daß die VLR wie von der IBT im Vorhinein prognostiziert gerade in und/oder nach der Coronakrise ein ideales internationales Nahziel darstellt.

Bisheriges Fazit der Sales Touren 2015 - 2021:

Die Strategie mit eigenen gezielten Sales Touren erweist sich für die Vierländerregion Bodensee auch in und/oder nach der Coronakrise immer noch als erfolgreich, weil sie auch weiterhin marktgerecht ist.

Dies hat sich auch in der Corona-Krise trotz häufig wechselnder On-Off-Szenarien bestätigt.

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.

Nach wie vor ergeben sich für die VLR stark zusammenfassend 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