

Internationale Marktbearbeitung Bodensee – Italien B2B Trade:

Italien B2B /Antonio Vezzoso, IBT GmbH

Baustein Eigene Sales Tour VLR Bodensee in Norditalien 2016:

Basierend auf den Ergebnissen der bisherigen erweiterten RV-Recherche und der ersten Sales Tour 2015/16 erfolgte in enger Abstimmung mit der IBT die Planung und Durchführung der Sales Tour 2016 in den KW 26 und KW 34 mit Terminen bei folgenden Reiseveranstaltern:

Teil 1 – Ende Juni:

Montag 27/6:

- **Linea Verde Giachino/auch Bus Company genannt , Turin - www.buscompany.it/agenzia-viaggi**

AP/Produktmanagerin Elena Vassallo bat um weiteren Termin, kurz besucht bei Sales Tour in 2015. Bus Company ist einer der größten Busveranstalter der Region Piemont. 50.000 pax ! Zielgruppe: Gruppen aller Art.

Bisher kaum VLR im Programm, da Destination bis dato zu unbekannt, kennen nur Schaffhausen/Rheinfall, aber erhebliches Potenzial. Interesse an Bregenzer Festspiele und Fasnacht. Sehr preissensibles Publikum.

- **Falcini Viaggi, Turin - www.falciniviaggi.it**

Ansprechpartnerin Inhaberin Irene Falcini.

Traditionsunternehmen, seit 50 Jahren auf dem Markt. Reiseveranstalter und Reisebüro. Bis dato keine VLR im Programm. Aber erhebliche Affinität: geografisch, da viele Nachbarregionen und einzelne Länder der VLR im Programm.

Thematische Affinität: Weihnachtsmärkte, Fasnacht/Karneval, Silvester/Neujahr, Kurzreisen im Programm. Machen Gruppen aller Art. Gutes Potenzial für VLR.

Dienstag 28/6:

- **Valligiana Viaggi, Beinette (Cuneo) - www.valligianaviaggi.it**

Ansprechpartnerin, Mitinhaberin Tiziana Garello.

Kleinerer regionaler Reiseveranstalter und Reisebüro.

Affinität zur VLR: Bis dato 3-4 Reisen in die VLR, aber in VLR nur Stopp in Schaffhausen/Rheinfall.

Ausbaufähig.

Spezialisiert auf religiöse Reisen/Pilgerreisen.

- **Parola Viaggi, Busca (Cuneo) - www.parolaviaggi.it**

Ansprechpartner Ileana Parola/ Inhaberin Noemi/Gruppenabteilung.

Wichtiger überregionaler Busveranstalter und Reiseveranstalter mit eigenen Reisebüros. Machen geschlossene Gruppen aller Art, auch Pfarrgemeinden.

Interessant für VLR: Bieten auch Programme für Fasnacht/Karneval, Silvester/Neujahr, Kurzreisen.

VLR in 2016 im Programm. Z.B. VLR-Tour mit mehreren Terminen:

Lago di Costanza e cascate del Reno -

<http://www.parolaviaggi.it/viaggi/viaggi2016/pdf/09/LAGO%20DI%20COSTANZA%202016.pdf>

(Vaduz -Konstanz – Mainau – Meersburg – Lindau – Rheinfall Schaffhausen)

Planen Weihnachtsmärkte in der VLR ins Programm aufzunehmen. Gutes Potenzial für VLR.

- **Geloso Bus, Canelli (Asti) - www.gelosobus.it**

Ansprechpartnerin Marina Bensi/Gruppenabteilung.

Wichtiger überregionaler Bus- und Reiseveranstalter.

Man ist dabei das Programm zu verkleinern und Umstrukturierung des Reiseangebotes. Bieten inzwischen nur noch Programme auf Anfrage für geschlossene Gruppen aller Art an. Ca. 10 Gruppen pro Jahr in VLR, aber nur Zwischenstopps. Ca. 3 Gruppen mit Übernachtung und Abendessen im Rahmen anderer Reisen. Waren besonders zufrieden mit Sales Call Termin. Lob für komplettes Angebot der VLR, Themen Weihnachtsmärkte und Fasnacht wurden besonders hervorgehoben. Potenzial für VLR vorhanden.

Mittwoch 29/6:

- **Zugo Tour, Caronno Pertusella/Varese - www.zugotour.com**

Ansprechpartnerin Barbara Meo/Mitinhaberin.

Wichtiger überregionaler Reiseveranstalter. Machen Gruppen für Zielgruppen aller Art. Interessante Reisen in die VLR im Programm, aber nicht jedes Jahr, da Abwechslung gewünscht wird. Hatten auch schon Barock in Oberschwaben im Programm. Haben als Folge des Termins mehrere unterschiedliche Touren der Weihnachtsmärkte in der VLR zusammengestellt! In Zukunft Interesse an Fasnacht und Silvester in der VLR. Interesse an Kontakten zu Incoming-Agenturen. Gutes Potenzial für VLR.

- **Morandi Tour, Varese - www.moranditour.it/it**

Ansprechpartner Stefania Morandi/Inhaberin u. Antonella /Leiterin Gruppenabteilung. Wichtiger überregionaler Reise- und Busveranstalter und Reisebüro. Machen Gruppen aller Art, auch Pilgerreisen.

Bis dato keine VLR, kennen die Destination zu wenig. Müssen sich bessere reinarbeiten. Aber Affinität, sehr viele Weihnachtsmärkte im Programm. Interesse für VLR bekundet. Haben ganz neu auch ein Büro im Tessin/Lugano eröffnet. Gutes Potenzial für VLR.

- **Turi Turi, Bergamo - www.turituri.com**

Ansprechpartnerin Sabrina Pezzoli/Sales Manager.

Wichtiger überregionaler Reise- und Busveranstalter. Machen Gruppen aller Art, auch Schulklassen. Preissensibles Publikum.

Ca. 100-150 pax pro Jahr in der VLR nur Weihnachtsmärkte. Angebot der VLR wird als interessant und vielfältig bewertet. Interesse geweckt durch Termin an weiteren Weihnachtsmärkten und Fasnacht in der VLR.

- **Dimensione Europa, Bergamo - www.dimensione-europa.eu/**

Ansprechpartner Italien Marco Garini/ Geschäftsführer/Produktmanager

Wichtiger überregionaler Reiseveranstalter, mit (Haupt-)Sitz in Rosenheim/Bayern.

Machen Gruppen jeder Art. 5-7 Gruppen pro Jahr in der VLR mit verschiedenen Programmen, auch Weihnachtsmärkte. Kennen die Destination gut. VLR wird immer angeboten. Gutes Potenzial für VLR. Sind auch als Incomer für Deutschland tätig, deshalb auch auf der TTG Messe in Rimini als Mitaussteller am Stand der DZT vertreten.

Donnerstag 30/6:

- **Rosaleda, Bergamo - www.rosaleda.it**

Ansprechpartnerin Rosamabile Benedetti/Mitinhaberin.

Kleiner Reiseveranstalter und Reisebüro. Spezialisiert auf Kunstreisen. Nur kleines Programm.

Zielgruppe: viele Senioren/Pensionäre/ehemalige Lehrer, ehemalige Freiberufler.

Alle 2 Jahre 1 Gruppe in der VLR. Eine Mitinhaberin ist Kunsthistorikerin, begleitet und führt viele Reisen selbst. Machen auch Weihnachtsmärkte. Müssen Destination noch besser kennenlernen. Termin und Infomaterial wird als hilfreich für zukünftige Programmgestaltung gewertet. Ausbaufähig. Momentan eher geringes Potenzial für VLR. Viel regionaler Wettbewerb.

- **I Viaggi del Cavallino, Capannori/Lucca - www.iviaggidelcavallino.it**

Ansprechpartner Federico Tempestini/Inhaber.

Wichtiger überregionaler Reiseveranstalter. Machen Gruppen aller Art.

Ca. 2 Gruppen jährlich in der VLR. Empfanden Termin als sehr stimulierend. Empfinden Angebot der VLR nach Termin als sehr vielfältig und interessant. Großes Interesse an Fasnacht und Silvester/Neujahr in der VLR. Ausdrücklicher. Gutes Potenzial für VLR.

Wunsch: Einladung zum nächsten Famtrip.

Teil 2 – Ende August:

Montag 22/08:

- **Your Time Travel, Cuneo/Piemont - www.yourtime-travel.it**

Ansprechpartnerin Roberta Passatore/Inhaberin.

Junger Reiseveranstalter und Reisebüro. Machen erst seit 3 Jahren eigene Gruppenprogramme.

Streben Spezialisierung auf Rad-, Boot- und Golfangebote an.

Zielgruppe im mittleren bis gehobenem Preissegment.

Interessiert an VLR. Aktuell Radreisende in der VLR. VLR wird als wertige, vielseitige Destination gesehen, mit gutem Image. Interesse an Weihnachtsmärkten, und Angebote für bspw. Maria Himmelfahrt/15.August.

Sind erst am Anfang, Potenzial für VLR ist ausbaufähig.

- **Fashiontravel, Bra/Cuneo - www.fashiontravel.it/fashiontravel/viaggi.php?c=gruppo**

Ansprechpartner Tania Chiamba/Leiterin Gruppenabteilung.

Guter regionaler Reise-und Busveranstalter und Reisebüro. Machen Gruppen aller Art, auch Schulklassen.

Bis dato Programme mit VLR aber nur stop over in Lindau im Rahmen anderer Reisen. In der Vergangenheit 1x 3 Tage über Ostern. Angebot der VLR wird nach Termin als sehr vielfältig gewertet. In Zukunft auch eine reine VLR-Tour geplant, nicht nur stop over wie bisher.

Ausdrücklich gewünscht: Organisation von Inforeisen für potenzielle Auftraggeber von Gruppenreisen (zuständige Verantwortliche/Entscheidungsträger von Pfarrgemeinden, Freizeitorisationen von Firmen (CRAL) etc.)

Konzept: RV stellt An/Abreise und Transport in der VLR. VLR stellt Landprogramm.

- **Il Girasole Viaggi, Mailand - www.ilgirasoleviaggi.it**

Ansprechpartner Enzo Scurria/Inhaber.

Einer der wichtigsten Bahnspezialisten Italiens. Spezialisiert auf die Schweiz. Wichtiger Partner von STS. Ziele müssen sehr gut mit der Bahn zu erreichen sein. Vorwiegend Einzelreisende. Kleingruppen von 2-3 Familien. Nur geschlossene Gruppen bis max. 20-25 Personen. Besonderes Interesse an Events, Silvester/Neujahr auf dem Schiff, Fasnacht in der VLR, Bregenzer Festspiele, Seenachtfest Konstanz. Gutes Potenzial für VLR.

Dienstag 23/08:

- **OVET Viaggi, Bergamo - www.ovetviaggi.it/OVET/cms/home.html**

Ansprechpartner Silvio Tarsia/Alice Carminati Leitung/Gruppenabteilung.

Wichtiger überregionaler Reiseveranstalter und Reisebüro. Machen Gruppen aller Art, auch Schulklassen und ad hoc/ maßgeschneiderte Reisen.

Besonderheit: Pilgerreisen/religiöse Reisen.

OVET ist das Reisebüro/RV der Erzdiözese Bergamo, deshalb viele Pfarrgemeinden als Kunden. Bis dato keine VLR im Programm, ist Neuland. Müssen Destination besser kennenlernen. Sehen Potenzial für VLR als interessante Destination für verlängerte Wochenenden und Feiertage mit Brückentagen. Sehr ausbaufähig, gutes Potenzial für VLR. Destination muss aufgebaut werden. Wunsch: Auf nächsten Famtrip einladen.

- **Frigerio Viaggi, Giussano/Monza-Brianza - www.frigeriovaggi.com**

Ansprechpartnerin Veronica Mantovan/Leitung Gruppenreisen.

Einer der wichtigsten Reiseveranstalter Italiens, eigene Reisebürokette. Sind Universalisten, machen alle Arten von Gruppen und Reisen.

Ein Reisebüro bietet aktuell VLR an. Filiale in Bologna als Eigenveranstaltung Weihnachtsmärkte in der VLR 2016. Ansonsten ist die Destination in der Zentrale noch sehr unbekannt, hat aber ein positives Image. Angebot der VLR wird als sehr gut und vielseitig gewertet. Beratung bei Termin wurde gelobt. Es wird Potenzial für VLR gesehen, geplant, entweder für Touren 2-4 Tage oder stop over bei anderen Reisen. Wunsch: Teilnahme am nächsten Famtrip.

- **ZEROTRENTA Viaggi, Brescia - www.zerotrenta.eu/it/index.php**

Ansprechpartner Marco Casati/Inhaber.

Wichtiger überregionaler Reiseveranstalter. Ist unmittelbarer Mitbewerber vom RV Brevivet, ebenfalls in Brescia ansässig. Marco Casati war zuvor 33 Jahre für Brevivet tätig.

Ein Focus liegt auf religiöse Reisen/Pilgerreisen, viele Pfarrgemeinden als Kunden sowie Freizeitorisationen von Firmen (in Italien kurz CRAL genannt) Onlineangebote auch für Einzelreisende. Mittleres bis niedriges Preissegment. Bieten nur wenige feste Programme an. Der Großteil wird maßgeschneidert / ad hoc.

Bis dato VLR nur als Stop over in Lindau. Angebot der VLR wurde als positiv gewertet, muss jetzt aber erst noch vertieft werden, da VLR als Destination insgesamt noch zu unbekannt. Interesse an periodischen Events, Fasnacht, Weihnachtsmärkte. Potenzial vorhanden da Affinität zur Destination VLR vorhanden, bieten bereits auch D, A, und Bayerische Schlösser an.

Mittwoch 24/08:

- **Tema Viaggi, San Vendemiano/Treviso - www.temaviaggi.it/home.asp**

Ansprechpartnerin Marzia Carnelos/Mitinhaberin.

Wichtiger regionaler Reiseveranstalter, seit 1987 auf dem Markt.

Machen alle Arten von Gruppenreisen, auch Schulklassen.

Durchschnittlich 3 Gruppen pro Jahr in der VLR. VLR wird seit vielen Jahren angeboten. Kennt VLR sehr gut. VLR gefällt Marzia Carnelos sehr gut. Interesse an Fasnacht und Silvester.

- **Garbin Viaggi, Feltre/Belluno - <https://garbinviaggi.wordpress.com>**

Ansprechpartnerin Milena Dicet Garbin.

Wichtiger regionaler Bus-und Reiseveranstalter mit eigenem Reisebüro.

Machen Gruppenreisen aller Art, auch Schulklassen, Reisen für eher geringere Budgets. Geringes Einzugsgebiet.

Reisen in VLR werden gerne angeboten, kam aber in 4/2016 mangels Nacherreichen der Mindestteilnehmerzahl nicht zustande. Termin und Kontakt zur IBT wird als positiv für zukünftige Programmgestaltung gewertet. Bieten VLR gerne auch zukünftig an, Interesse geweckt an Fasnacht und Weihnachtsmärkten. Co-Sponsoring angefragt. Überschaubares Potenzial für VLR.

- **Lival Vacanze- De Marchi, Arcade/Treviso - www.livaldemarchi.it**

Ansprechpartnerin Romina De Marchi/Inhaberin.

Wichtiger überregionaler Bus-und Reiseveranstalter mit eigenem Reisebüro. Machen Gruppenreisen aller Art, auch Schulklassen und Pilgerreisen.

¾ des Umsatzes durch maßgeschneiderte Reisen.

Kennen VLR gut. 7-8 Gruppen jährlich in der VLR. Interesse an Fasnacht, Weihnachtsmärkten, Silvester, Heilige 3 Könige. Generell an Neuigkeiten interessiert.

Wunsch: Interessant wäre Famtrip mit potentiellen Gruppenorganisatoren Konzept: In der Nebensaison, RV stellt An/Abreise und Transport allgemein vor Ort und IBT/Partner stellen das Landprogramm.

Donnerstag 25/08:

- **Sugar Viaggi in Bologna -**

<http://www.sugarviaggi.it/index.php?route=product/category&path=112&sort=p.model&order=ASC>

Ansprechpartner Adolfo Casini/Geschäftsführer.

Wichtiger regionaler Reiseveranstalter mit eigenem Reisebüro. Machen nur maßgeschneiderte Reisen für geschlossene Gruppen. Haben 1-2 Gruppen pro Jahr in VLR. Kennen VLR gut. Bieten viel D an. Interesse an Fasnacht, Silvester, Weihnachtsmärkte.

Wunsch: Interessant wäre Famtrip mit potentiellen Gruppenorganisatoren.

Ergebnisse und Feedbacks der Sales Tour 2016

Die Ergebnisse und Feedbacks der Sales Tour 2016 bestätigen im Großen und Ganzen die Erfahrungen der Sales Tour 2015. Sie sind demnach analog zu denen der Sales Tour in 2015 zu sehen. **Auch problematische Punkte wie der Mangel an italienischsprechenden "local guides" / „regional guides“, die man für die ganze VLR buchen kann oder mangelnde bezahlbare Hotelkapazitäten ziehen sich wie ein roter Faden durch die Feedbacks der bisherigen Sales Touren.**

Offensichtlich macht ein Großteil der RV, die sich mit der Destination VLR beschäftigen, im Positiven wie im Negativen, ähnliche Erfahrungen.

Besonders wichtige oder neue Marktkenntnisse werden im späteren Verlauf des Berichts noch genauer erläutert werden.

Auch diese Tour war wieder von einem **erheblichen Interesse an der Destination Vierländerregion Bodensee** seitens der kontaktierten Veranstalter geprägt, trotz Hochsaison und starkem Tagesgeschäft. So war bei den Terminen im Juni der Megaevent des Künstlers Christo am Iseo-See in vollem Gange. Dieser wurde von vielen RV teilweise sehr kurzfristig ins Programm aufgenommen, da die Nachfrage schlagartig anwuchs. Bei dieser Sales 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. Insgesamt wurden 21 Veranstalter in den norditalienischen Regionen Piemont, Lombardei, Veneto und Emilia Romagna besucht.

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,

aber auch **nationale Big Player** sowie auch **Kleinstanbieter**, die für die VLR relevante Reisethemen anbieten. Wieder sehr erfreulich, auch bei dieser Tour, wurde das erhebliche Interesse für die Destination VLR durch die Tatsache unterstrichen, dass die **Gespräche vornehmlich mit Entscheidungsträgern geführt** wurden. Das heißt Inhaber, Geschäftsführer, Abteilungsleiter, verantwortliche Produktmanager. Als Leitfaden für die Gespräche diente auch hier der für die Sales Tours Bodensee Fragebogen. Unterlagen zu den Gespräche sind der Sales Guide Bodensee und die Übersichtskarte Bodensee sowie die Themenborschüre Weihnachtsmärkte.

Das **Image/ die Reputation der Destination VLR Bodensee** ist analog zur Sales Tour 2015 **durchweg positiv**. Kunden kehren immer mit positiven Reiseerlebnissen zurück, sind praktisch immer zufrieden. Etwas hochpreisig, aber durch Qualitätsniveau gerechtfertigt. Die VLR wird als vielseitige und sichere Destination angesehen. Auch für RV, die die VLR bis dato kaum bis überhaupt nicht im Programm haben, hat die Bodenseeregion ein positives Image. Darauf lässt sich mit Hinblick auf eine zukünftige Produktentwicklung sehr gut aufbauen.

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 Tour 2015 nur neue Aspekte auf, da ansonsten Ergebnisse und Feedbacks analog zur Sales Tour 2015 waren. Siehe deshalb dazu die Reports der Sales Tour 2015. **So gut wie alle buchungshemmenden Punkte, der Sales Tour 2015 wurden auch bei der Tour 2016 genannt.**

- Die **Organisation von Famtrips für potenzielle Auftraggeber von Gruppenreisen**, wurde bei der Sales Tour 2016 häufiger genannt. Das können entsprechend Verantwortliche von sogenannten **CRALs** (Freizeitorisationen von Unternehmen), Pfarrgemeinden, Vereine, Verbände etc. sein. Das Konzept würde vorsehen, dass die RV die An/Abreise und den Transport in der VLR übernehmen, und die IBT mit Ihren Partnern das Landprogramm. Diese Art von Inforeise kann sehr gut in buchungsschwachen Saisonzeiten stattfinden.
- An dieser Stelle möchte ich nochmals unterstreichen, dass praktisch alle RV **immer interessiert sind an neuen interessanten Reisethemen**. 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. Siehe unten.

Sehr positiv zu bewerten ist, dass 17 der besuchten Veranstalter planen, die Destination VLR weiterhin anzubieten oder neu ins Programm aufzunehmen. Die Besuche im Rahmen der Sales Tour Teil 2 wurden von allen Veranstaltern als sehr hilfreich, interessant und stimulierend beurteilt. Die Vorgehensweise und Arbeit der IBT wird als positiv beurteilt. Einige Veranstalter haben geplant, mehr VLR ins Programm aufzunehmen als Ergebnis des Sales Call Termins.

Wichtige Markt- und Produkterkenntnisse aus den bisherigen Sales Touren:

Die bisherigen Sales Touren in 2015 und 2016 bestätigen in vollem Umfang, was sich bereits aus den beiden Recherchen in 2015 und 2016 ergeben hatte.

Sehr wichtig bei der Ausarbeitung von Programmen für die RV/Reisebüros mit Eigenveranstaltung ist **die Beachtung des italienischen Feiertagskalenders**. Italienische RV bieten sehr gerne und regelmäßig Reisen rund um gesetzliche Feiertage inkl. Brückentage an.

Die VLR stellt geografisch und thematisch eine passende Destination für diese Art von Reisen dar.

Beispiel: Programmangebote für Maria Empfängnis (8. Dezember) gerne auch in Kombination mit Weihnachtsmärkten.

Mehr noch: Beispiel: Die **alemannisch-schwäbische Fasnacht** stellt ein touristisches Produkt/Angebot mit einem regelrechtem **USP-Charakter/ Alleinstellungsmerkmal** dar.

Für einen erheblichen Teil der bisher besuchten RV ist das ein sehr interessantes Thema (Darauf reagiert die IBT und entwickelt aktuell gemeinsam mit entsprechenden Partnern erste buchbare Programme).

Beispiele Möglichkeiten zu Kurzreisen zu italienischen Feiertagen:

- Osterwochenende
- **25. April** ("Tag der Befreiung") und Brückentage
- **1. Mai und Brückentage**
- **2. Juni** („Fest der Republik“) und Brückentage
- **15. August** ("Maria Himmelfahrt") und Brückentage
- **Fasnacht/Karneval**, siehe unten alemannisch-schwäbische Fasnacht als touristisches Angebot
- **8. Dezember** ("Maria Empfängnis") und Brückentage
- **Silvester/Neujahr** und Brückentage
- **6. Januar**, Dreikönig/Epifania in Italien und Brückentage

Weiterer wichtiger Aspekt der Programmgestaltung sind Reisen rund um **wichtige und interessante Events**. Dies können durchaus auch regionaltypische und traditionelle Feste sein. Man sollte sie nur dahingehend überprüfen, ob sie kulturell, historisch und thematisch genügend Relevanz und Potenzial haben, um international vermarktet zu werden.

Dabei kann man diese beiden Aspekte, den italienischen Feiertagskalender und interessante Events in der VLR bei der Produktgestaltung auch sehr gut miteinander verbinden.

Da die VLR oftmals als hochpreisig oder zu teuer empfunden wird, wäre es sinnvoll, diesem Eindruck verstärkt durch attraktive und preiswerte Angebote entgegenzuwirken. Diese Angebote können gerne auch in der Nebensaison liegen, müssen aber entsprechend an die Veranstalter kommuniziert werden.

Bis dato noch nicht explizit erwähnt: **ca. 50% der bisher besuchten RV hat auch Schulgruppen als Zielgruppe.** Dies sollte von interessierten Leistungsanbietern/Partnern in der VLR bei der zukünftigen Angebotsgestaltung und Produktentwicklung beachtet werden.

Die Beachtung der obengenannten Aspekte würde erheblich dazu beitragen, das vorhandene Potenzial der Destination VLR auf dem italienischen Markt besser auszuschöpfen. Eine zielgruppen- und marktgerechtere Produktgestaltung dürfte sich spürbar verkaufsfördernd auswirken.

Bisheriges Fazit der Sales Touren 2015 und 2016:

Die Strategie mit eigenen Sales Touren erweist sich bis dato als erfolgreich weil marktgerecht.

Für die VLR ergeben sich stark zusammenfassend 2 strategisch wichtige Marketingeffekte:

- a.) VLR wird im italienischen Trade immer bekannter/beliebter. Sales Touren initiieren, fördern oder verstärken die Nachfrage.
- b.) Wir bekommen wichtige Marktinformationen aus erster Hand direkt von Seiten der Nachfrage. Diese sind besonders für die zukünftige Produkt-/Angebotsgestaltung von großem Nutzen.