

Themenreisen:

„mit ausgewählten Zutaten zu köstlichen Erlebnissen“

Reisekunden erwarten das Besondere: mehr als luxuriöse Hotels, kein Potpourri der Sehenswürdigkeiten, sondern die animierende Präsentation eines Themas, das die Zielgruppe fasziniert. Eine Fahrt in Raum und Zeit, die ganz anders ist als Erlebnis-, Städte- und Rundreisen. Vereine und fachliche Organisationen beanspruchen oft die Themenkompetenz, die solchen Reisen Exklusivität, Nachfrage und preisliche Spielräume geben. Wie überträgt man Begeisterung in kaufmännischen Erfolg?

Kompetenz vervielfachen, Erfolge replizieren: Maßgeschneiderte Konfektion für Spezialmärkte, damit sich Entwicklungs- und Spezialisierungsaufwand rechnen.

Zielgruppen und Multiplikatoren anvisieren: Themen on Tour brauchen inhaltliche, zielgruppenorientierte Ausschreibung, Vermarktung und Durchführung – häufig mit Multiplikatoren, Vereinen und Organisationen.

Events schaffen Themen: Mega Events, inszenierte Ereignisse, Themenparks, Festspiele und Museumsausstellungen sind unerschöpfliche Quellen für Tausende von Themenreisen. Andocken schafft Nachfrage.

Themenjahre sind Leuchttürme für das Incoming.

Eventzyklus – Dauerevents, jährliche und epochale Events erfordern differenziertes Marketing und Realisierung. Bleibt Altbewährtes repetierbar?

Zugriff auf begehrte Tickets zu populären Preisen und branchengerechten Konditionen. Fairness bei Rückgabe, Storno, Verramschen von Tickets bei Incentives?

Themenreisen außer Saison, aber nicht außer Mode: viele Anlässe sind „In“, mobilisieren Nachfrage, zu Zeiten, in denen Ihre Busse stehen.

Fahren mit Förderung: Fördermittel, öffentliche Budgets und Kapitalinvestitionen können Teilnehmer mobilisieren - Ankoppeln an die Event-Promotion lohnt sich.

Know how im Spezialmarkt: Paketreiseveranstalter – Ideengeber und Lieferanten der Bus- und Gruppentouristik.

Qualifizierte Reiseleiter sind Produktkern der Themenreise.

Erfahrungen von Bus- und Gruppenreiseveranstaltern in diesem Geschäft.

Internationale Perspektive – Erkenntnisse des Car Tourisme-Unternehmers.

Begeisterung entscheidet – Passions-Spiele Oberammergau:

Geheimnisse der weltweit größten Geschichte im Themen- und Eventtourismus!

Brisante Fragen und Thesen auf dem „Tag der Bustouristik“ am 8. Januar 2018 in Saarbrücken. Gastgeber des Branchen-Kick-off ins neue Jahr ist die **Tourismus Zentrale Saarland GmbH**. Im **Saarbrücker Schloss**, einst mittelalterliche Burg, dann Fürstenresidenz, heute architektonisches Aushängeschild der Landeshauptstadt, erwarten Sie Expert-Statements, eine Podiumsdiskussion, wo unterschiedliche Perspektiven aufeinandertreffen – und Sie Ihre Meinung aus dem Plenum einbringen können. Das Branchenforum für Kollegengespräche und Erfahrungsaustausch mit den Referenten – vor, während und nach dem „Tag der Bustouristik“.

Stimmen Sie sich schon **am Vorabend beim traditionellen Get-together** darauf ein!

Der 36. „Tag der Bustouristik“

...bietet den interdisziplinären Erfahrungsaustausch mit Experten und Kollegen über einen Spezialmarkt, in dem Vereine und Organisationen, Bus- und Gruppenreiseveranstalter, Spezial- und Nischenanbieter, Medien, Verkehrsunternehmen sowie Events und Locations und deren Vermarkter agieren. Kooperation, Wettbewerb und knallharte Konkurrenz schließen sich dabei nicht aus. Themenbegeisterung und Zielgruppenkunde prägen den Markt.

...stellt Fragen und Thesen: Fernlinienbusverkehr als Lösung für ganz kleine Gruppen? Lohnkutscher im Mietomnibusgeschäft? Bus.de als Branchenportal. Neue Methoden, Buchungskanäle und Angebotsvariationen.

...spricht die gesamte Wertschöpfungskette der Bustouristik an, deren Glieder in mehrstufigen Angeboten verzahnt sind. Um Zielgebiete und Vertragspartner aufzuklären, über das bustouristische Potential und Empfehlungen zu geben für erfolgreiche Kooperation.

...hat bereits **Zusagen** namhafter Experten. RDA-Präsident Benedikt Esser wird die Tagung eröffnen. Die Podiumsdiskussion nach den Statements wird von einem profilierten Fachjournalisten moderiert. Konzeption und Organisation des „Tag der Bustouristik“ seit 36 Jahren: Dieter Gauf, RDA-Hauptgeschäftsführer.

Das **Programm** mit den Referenten wird in Kürze über die Presse bekannt gegeben.

Pro & Contra: USP des „Tag der Bustouristik“ ist es, heiße Eisen anzupacken. Protagonisten der zur Diskussion stehenden Sachverhalte klären über Potentiale, und Hintergründe auf und klammern gerade auch brisante Punkte nicht aus.

Zielgruppen der Tagung sind Bus- und Gruppenreiseveranstalter und deren Reisebüro- und Vertriebspartner, sowie die Leistungsträger: Omnibushersteller, Lieferanten, Internet- und Vertriebsportale. Tourismuszentralen und -stellen, Events, Paketer, komplementäre Verkehrsträger, die Angebote mit Busleistungen komplettieren – im Hinblick auf optimierte Kooperation. Wichtige Kundenorganisationen der Bustouristik aus den Jugend-, Vereins- und Seniorenbereichen. Ebenso Politik, Behörden und Organisationen, die mit der Wirtschaftsförderung befasst sind – und natürlich die Presse.

Dialog: Die bei Konzeption der Tagung bereits eingebrachten Thesen, Szenarien, Best practices und Hinweise aus dem In- und Ausland versprechen eine spannende, zukunftsweisende Diskussion. Bitte reichen Sie weitere Vorschläge und Beiträge ein.

Die Teilnahme ist für **Fachleute ohne Gebühr**

Im Fensterumschlag oder per Fax (0221/124788)

Per Mail: dieter.gauf@gauf-germany.de

36. „Tag der Bustouristik“ am 8. Januar 2018 in Saarbrücken

- Bitte senden Sie mir nähere Informationen
 Bitte notieren Sie meine Anmeldung

RDA Int. Bustouristik Verband e.V.

Abs.: _____

z.H. Dieter Gauf "Tag der Bustouristik"
Hohenstaufenring 47-51
50674 Köln

