

„Der einzelne Besucher verkörpert immer mehr Umsatzpotenzial, weil seit Jahren mehr Einkaufsmacht gebündelt wird.“

RDA-Präsident
Richard Eberhardt

OVZ

Sekt mit Firmenlogo

„Bei unserem Partner Jörg Drabow, dem Spezialisten für Sonderetikettierungen, haben Besucher die Möglichkeit, eine neue Idee in Sachen Werbung aufzugreifen. Es hat sich gezeigt, dass viele Busunternehmen daran interessiert sind, ihren Passagieren während der Fahrt Piccolos oder Weine anzubieten, die mit dem eigenen Firmenlogo versehen sind. Bei uns gibt es die Gelegenheit, eine Kooperation zu starten.“
Andreas Bering, Geschäftsführer Omnibus Vermittlungs Zentrale Heidelberg (OVZ, rechts), und Jörg Drabow, Wein- und Sekt-fachhandel



Toller Stand: Michelangelo

MIT Bonbons am letzten Tag

Mit dem Verlauf des RDA-Workshops zeigte sich Lorenzo Risatti, General Manager von Michelangelo International Travel, zufrieden. Nach einem etwas zögerlichen Start am ersten Tag war sein 13-köpfiges Team am zweiten Messtag sehr gut beschäftigt, auch den dritten Tag nutzten noch einige Busreiseveranstalter für einen Besuch bei Michelangelo. „Unsere Aktion, Reisegutscheine am letzten Messtag zu verteilen, lohnt sich für uns und die Kunden“, so Marketingchefin Helena Rüdisser. „Alles in allem muss man aber sagen, dass der Aufwand für die Aussteller im Vorfeld der Messe immer größer wird. Man muss sehr viel tun, um ein gutes Ergebnis zu bekommen und die Messe zu einem Erfolg für sein Unternehmen zu machen.“

stellte Skipass-Index des ADAC Skiguide 2011 bestätigt. Etwas weniger herumgesprochen haben sich in der Gruppentouristik die Sommerprogramme der so genannten 6 einzigartigen Erlebniswelten, die die Bergbahnen Wilder Kaiser-Brixental von Mai bis Oktober anbieten.“

Christian Kapfinger,
Ski-Welt Wilder Kaiser-Brixental, Österreich

Westerwald Kräuterwind am Workshop

Das Westerwälder Regionalprojekt „Kräuterwind“ präsentierte in Köln erstmals seine neue Gruppenreisen-Sparte. Mehrere Genuss-Bausteine für Gruppenprogramme im Westerwald sind mit dem sich nun auch in Deutschland ab-

Autostadt Kulinarische Rundreisen

Wie in jedem Jahr war die Wolfsburger Autostadt auch beim jüngsten RDA-Workshop mit einem extravaganten Messestand präsent. Im Fokus stand das für den automobilen Themenpark auf den ersten Blick etwas ungewöhnliche Thema der kulinarischen Rundreisen in individuellem Ambiente. Der Genuss regionaler und biozertifizierter Produkte gehört seit Beginn an zur Philosophie der Restaurants im Erlebnispark. Da die Bustouristiker in den letzten Jahren verstärkt auf eine gesunde und ausgewogene Ernährung mit regionalen Produkten setzen, lässt die Autostadt ihre Kompetenz in spezielle kulinarische Gruppenangebote einfließen.



Kräuterwind-Stand