

## TOURISMUSWELT



Die Neugier ist gross, wie eine komplett virtuelle Reisemesse in der Schweiz über die Bühne gehen kann. Bild: Cäsar Bolliger

# «LAND IN SICHT»: DIE VIRTUELLE MESSE WIRD IMMER GRÖSSER

13.01.2021 - 10:48

Die erste virtuelle B2C-Ferienmesse der Schweiz stösst auf grosses Echo. Inzwischen haben sich weitere Aussteller zu einer Teilnahme verpflichtet, und erste Bewerbungsaktionen bei Endkunden sind angelaufen.

## INFOS

Travelnews wird im Vorfeld der «Land in Sicht» regelmässige Updates zur Entwicklung der virtuellen Messe publizieren. Weitere Infos und Details für Aussteller/Besucher finden sich fortlaufend [auf der Messe-Website](#).

Zum Jahresauftakt informierte Travelnews, dass vom 4.-7. März die erste virtuelle Ferienmesse der Schweiz namens «Land in Sicht» durchgeführt wird, deren «Presenting Partner» der Schweizer Reise-Verband (SRV) ist und

wo Travelnews als exklusiver Fachmedienpartner fungiert. Bereits zum Zeitpunkt dieser Ankündigung hatten sich 15 Reiseunternehmen/Marken dazu verpflichtet, mit einem Stand auf der Messe präsent zu sein. Inzwischen hat sich bereits wieder einiges getan, weshalb wir Sie hier auf dem Laufenden halten möchten.

Laut Initiant Cäsar Bolliger «war nach dem offiziellen Start der Aussteller-Akquise am 4. Januar die Resonanz überwältigend – es sind aktuell noch rund 10 Anfragen in der Pipeline, welche nun bis Ende Woche angegangen werden können.» Aufgrund der grossen Nachfrage und längerer Entscheidungsprozesse einiger Interessenten wird der letzte Termin für Stand- und Vortrags-Buchungen bis zum **25. Januar 2021** verlängert. Danach startet die virtuelle Hallenplanung.

## Hochkarätige weitere Aussteller

Inzwischen können einige weitere hochkarätige Aussteller vermeldet werden. So werden **Hotelplan** und **Travelhouse** mit je einem separaten Stand dabei sein. Darüber hinaus ist auch die **Globetrotter Group** anwesend, je mit einem Gold-Stand für die Spezialisten (Ayurveda Team, Background Tours, Desert Team, Globetrotter Magazin, Globotrain, Globotrek, Globoship, Music Cruise Nature Team) sowie, an einem separaten Stand gemeinsam, für die Spezialisten-Marken **Atlas Reisen** und **Linguista Sprachaufenthalte**. Auch bei diesen Reiseveranstaltern ist das Besuchermarketing bei den eigenen Bestandskunden angelaufen.

Mit **AIDA Cruises** ist auch die erste Kreuzfahrtgesellschaft mit an Bord. Gespräche mit weiteren Reedereien seien noch im Gange. AIDA hat über die Teilnahme an der «Land in Sicht» bereits im öffentlichen Raum gepostet, sprich, auch dort ist das Besuchermarketing angelaufen. Bolliger würde es derweil begrüßen, eine eigene Cruise-Halle mit einem themenspezifischen Vortragsraum zu haben, um ein breites Cruise-interessiertes Publikum anzuziehen. Dies hängt vorerst von der Teilnahme weiterer Cruise-Unternehmen ab.

Mit **Tourism Seychelles** und dem Emirat **Ras Al Khaimah** sind auch bereits die ersten Tourismusbüros mit eigenen Ständen an Bord. Nach wie vor wird ein Gastland oder eine Gast-Destination gesucht. «Das virtuelle Messe-Tool bietet fantastische Möglichkeiten, eine Gast-Destination attraktiv und aufmerksamkeitsstark in Szene zu setzen», erklärt Bolliger. In rund einer Woche soll es hierzu weitere Informationen geben.

## Ein umfassendes Vortragsprogramm

Bereits fünf Aussteller sind mit eigenem **Auditorium** mit dabei: Travelhouse, die Globetrotter Group, Dreamtime, die Twerenbold Gruppe sowie Let's Go gemeinsam mit Tourasia. Nebst den zahlreichen

Vortragsbuchungen in den 3-4 allgemeinen Auditorien ist absehbar, dass die «Land in Sicht» mit einem grossen Vortragsprogramm aufwarten kann, was als Publikumsmagnet funktioniert.

Die **Höhere Fachschule für Tourismus Graubünden** wird Interessenten bei Vorträgen sowie auch mit einem eigenem Stand Auskunft geben. Studenten werden mit eigenen Avataren am Stand und bei Vorträgen aus erster Hand von deren Erfahrungen berichten.

Bereits bekannt war zudem, dass Corrado Filipponi im Rahmen zweier täglicher Slots ein Best-of seiner wohlbekanntesten bisherigen Multivisions-Shows präsentieren wird.

## Das Besucherinteresse ist vorhanden

Das Interesse auf Seiten der Aussteller ist also gegeben. Doch wie sieht es auf Seite der Besucher, also primär der Endkunden, aus? «Bereits bevor die B2C-Werbetrommel gerührt wurde, haben sich **schon 395 Besucher** ein Gratis-Ticket reserviert», erklärt Bolliger. Natürlich hat es darunter auch einige Anmeldungen aus der Branche, also von Leuten, welche sich diese erste virtuelle Messe einfach mal ansehen wollen. Es gibt aber auch Rückmeldungen von (deutschsprachigen) Branchenvertretern aus dem Ausland, welche bei der «Land in Sicht» mal reinschauen wollen. Das ist eben auch der Vorteil einer solchen virtuellen Messe - teilnehmen kann man von überall her, und Infos erhält man komfortabel über Online-Kanäle.

Spannend: Bei der Vorreservation für Gratis-Tickets wurden die Motive für die Teilnahme erhoben: Die Mehrheit der Antwortenden gaben an, zwecks «Inspiration an Vorträgen» teilzunehmen, doch immerhin gut 42% geben als primären Besuchsgrund an, «**Reisepläne** zu schmieden».

Natürlich wird es auch an anderen Elementen nicht fehlen, die eine Messe ausmachen: Zwar gibt es für die üblichen «Giveaway-Jäger» bei der virtuellen Messe nichts zu holen, aber Goodies gibt es trotzdem. «Land in Sicht» überrascht nämlich mit einem **virtuellen Goodie-Bag**. Die Idee dazu kam aus der Globetrotter Gruppe. Ein Highlight ist sicher das darin enthaltene Globetrotter Magazin. «Das Reisemagazin für Weltentdecker» erscheint viermal im Jahr mit spannenden Reisereportagen aus aller Welt, Interviews, Tipps, News und Annoncen. Es kann sonst nur im Abo oder an ausgewählten Kiosken gekauft werden. Die Goodie-Bag wird die neueste Ausgabe und drei ältere Ausgaben als PDF im Gesamtwert von 36 Franken enthalten. Weitere Inhalte könnten noch zum Goodie-Bag hinzukommen. Jeder Teilnehmer wird beim Ausgang also eine virtuelle Tasche mit Gutscheinen und exklusiven Rabatten erhalten.

*(JCR)*