

Der Vertrieb ist eine der größten Herausforderungen für eine erfolgreiche Bundesgartenschau. Wie organisiert sich Mannheim dazu?

Wir fragten das engagierte Dreier-Team: Susanne Schlung, Teamleitung Vertrieb & Besucherservice der BUGA23, Gregor Rummel, Leitung Vertrieb Visit Mannheim/Tourismus Stadt Mannheim GmbH und Astrid Werner, Vertrieb / Bustouristik

Zur BUGA Mannheim 2023 gehen Stadtmarketing und BUGA-Vertrieb eine Kooperation für die Gruppentouristik ein. Ein neues Modell? Denn bislang wurde das Einwerben der Reiseveranstalter nur von der BUGA Gesellschaft betrieben. Welche Synergieeffekte entstehen?

Beide Partner verfolgen ein gemeinsames Ziel: die BUGA 23 nachhaltig für den Tourismus zu nutzen. Zentrale Ziele der Kooperation sind daher zum einen der touristische Vertrieb und Verkauf von Eintrittskarten für die BUGA 23 und zum anderen die nachhaltige Nutzung der BUGA 23 als Magnet und Aufhänger für die touristische Vermarktung Mannheims für die Folgejahre. Aus diesem Grund wurde mit der Kooperation ein umfangreiches Paket von gegenseitigen Leistungen geschnürt. Andere Städte haben die vertriebliche Vermarktung der BUGA innerhalb der BUGA-Gesellschaft belassen. Wir wollten das in Mannheim ganz bewusst nicht. Dass durch ein solches Megaevent zusätzlich gewonnene vertriebliche Know-how im Tourismus soll auch nach der Bundesgartenschau genutzt werden. Des Weiteren werden die bereits bestehenden touristischen Kontakte in die Vertriebsarbeit für die BUGA 23 integriert. Auch bei der Kommunikation nach außen arbeiten die Tourismus Stadt Mannheim GmbH und die BUGA 23 gGmbH eng zusammen: Dies betrifft die Durchführung von Pressereisen, die Außendarstellung auf den Webseiten, die Netzwerkarbeit in der Metropolregion Rhein-Neckar sowie die touristische Vermarktung bei Fachmessen und vertrieblichen Veranstaltungen

Gerade ist die Sales Broschüre mit einer speziellen Verkaufswebsite für die Touristik zur BUGA veröffentlicht worden. Wodurch hebt sich diese Salesbroschüre von den Vorläufern ab?

Bei der von Ihnen genannten Sales Broschüre handelt es sich um den 1. Gruppenkatalog für die Stadt Mannheim, in deren Mitte der 12seitige BUGA 23-Sales Guide integriert wurde. Dieser Katalog unterstützt unsere ganzheitliche Strategie, den Touristiker*innen eine bestmögliche Vermarktung beider Komponenten, der Destination und der BUGA 23 zu ermöglichen. Im BUGA 23-Sales Guide finden Reiseveranstalter (speziell Bus- und Gruppenveranstalter) alles Wissenswerte und Notwendige rund um die BUGA 23, das sie für die Planung und Zusammenstellung ihrer Reiseangebote benötigen. Dies sind u.a. Zahlen, Daten, Fakten zur BUGA 23, eine Geländeübersicht mit Erklärungen, das Ausstellungskonzept, Informationen zum Gastronomie-, Veranstaltungs- und Campusprogramm, die Ticketpreise- und -konditionen, die möglichen BUGA 23-Geländeführungen für Gruppen usw.

Des Weiteren erleichtern flexibel kombinier- und erweiterbare Erlebnisbausteine sowie nützliche Adressen und Ansprechpartner die Planung von Gruppenreisen um die kontrastvollen Sehenswürdigkeiten Mannheims kennenzulernen. Dazu zählen klassische Stadtführungen ebenso wie Touren mit historischen Persönlichkeiten, mit Genuss-, Natur-, Architektur- oder Kulturfokus oder für Kinder und Jugendliche. Zudem gibt es Tipps für das Abendprogramm, Übernachtungsvorschläge und

gruppenfreundliche Restaurants plus Hinweise zur Anreise und Ausflugszielen in der Rhein-Neckar-Region. Auf einer Übersichtskarte finden Touristiker*innen außerdem viele Mannheimer Sehenswürdigkeiten und zentrale Busparkplätze.

Die ausgezeichnete touristische Infrastruktur mit rund 9000 Hotelbetten, Szenevierteln und Sterne-Gastronomie, Eventlocations, Kongresszentrum und mehr als 2000 Einzelhandelsgeschäfte qualifizieren Mannheim als Top-Destination für Kurztrips, Urlaubs- und Gruppenreisen. Das Kulturangebot ist riesig: Während die Reiss-Engelhorn-Museen und die Kunsthalle für ihre Besucher*innen Erlebniswelten von der frühen Menschheitsgeschichte bis hin zur zeitgenössischen Kunst öffnen, schaffen die „Murals“ ein einzigartiges Open Urban Art Museum für internationale Street Art.

Reiseveranstalter/-anbieter finden sowohl auf der BUGA 23 Website als auch auf der Tourismus Mannheim Website alle Informationen und entsprechende Downloads.

Was versteht man auf der Mannheimer Seite unter einer Trade-Website?

Die neue Trade-Website, eine Unterseite der Visit Mannheim Webseite, nimmt speziell die Bedürfnisse der Tourismusbranche ins Visier: Unter www.visit-mannheim.de/trade finden Reisebüros und Reiseveranstalter*innen zahlreiche Informationen und Serviceleistungen rund um die Quadratestadt, die BUGA 23 sowie das attraktive Umland von Mannheim. Mit wenigen Klicks können Interessierte zu Stadtführungen, Gruppenangeboten, Restaurants, Möglichkeiten für Busanmietung und Parken sowie zu gruppenfreundlichen Hotels oder Familienprogrammen recherchieren. Wer tiefer in bestimmte Themen eintauchen möchte, kann verschiedenste Broschüren rund um Kultur, Shopping, Radfahren und andere Freizeitaktivitäten kostenlos herunterladen.

Natürlich wird auch die BUGA 23 eine eigene Unterseite für die Reisebranche auf www.BUGA23.de zur Verfügung stellen. Diese soll bis spätestens Ende März 2022 live gehen und alle Informationen beinhalten, die die Reisebranche benötigt. Die Inhalte des BUGA 23-Sales Guide, die dem aktuellen Wissensstand entspricht, werden hier permanent bis zu BUGA 23 ergänzt. Natürlich wird es – wie bei vorherigen BUGAs – auch die Möglichkeit zur Akkreditierung/Registrierung von Reiseveranstaltern für den Ticketshop geben sowie viele weitere Informationen.

Welchen Service bietet die Stadt Mannheim den Busfahrern auf der Website an?

Auf www.visit-mannheim.de sowie www.buga23.de sind und werden ausführliche Informationen zu den Verkehrsleitsystemen inkl. Busparkplätzen und Serviceleistungen für Busfahrer integriert. Unter anderem ist geplant dem Buspersonal ausreichend Rückzugsmöglichkeiten, ein Busfahrer-Serviceheft, ein Kombi-Ticket für den Eintritt zur BUGA 23 und die Nutzung des ÖPNV (VRN Verbundverkehrsmittel im gesamten Verbundnetz), etc. anzubieten, um die Wartezeit mit verschiedenen Angeboten zu versüßen. Diese Informationen werden fortlaufend überarbeitet und erweitert.

Wo werden Reiseveranstalter auf die BUGA 23 aufmerksam gemacht?

Als Basis für die Reiseplanung und Kataloggestaltung der Touristikindustrie ist insbesondere eine bedarfsgerechte separate BUGA 23-Webseite für diese Zielgruppe von essentieller Bedeutung. Weiterhin schalten wir Titelanzeigen und Inserate sowie Advertorials, betreuen die Redakteure der einschlägigen Busfachmedien, sorgen für eine gute Präsenz in diesen Printmedien, aber auch auf deren Websites, in deren

Newslettern und via social media Kanäle. Auf Messen/Workshops ist die BUGA 23 gemeinsam mit Visit Mannheim/der Tourismus Stadt Mannheim GmbH im Online-Format, wie der VPR connects digital, präsent sowie teilweise wieder im Präsenzformat, z.B. bei der RDA Expo GTE in Köln, beim Busreisen.cc-Workshop in Stuttgart und in Mannheim mit vorheriger BUGA 23-Geländeführung. Weiterhin präsentiert die BUGA 23 ihr Angebot online in mehreren BUGA 23-Webinaren. Live vor Ort können interessierte Busreiseveranstalter und Paketer das BUGA 23-Gelände bei Führungen im Vorfeld hautnah erkunden.

Daneben werden potentielle BUGA 23-Kunden auch persönlich angeschrieben, um ihnen Lust auf diese außergewöhnliche BUGA 23 mit ihren zwei komplett unterschiedlichen Standorten und der Seilbahn über den Neckar als Bindeglied zu machen.

Kooperationen mit geeigneten Partnern aus der Branche helfen die Synergieeffekte zu bündeln und die Vertriebskanäle zu erweitern, um das Thema branchenweit möglichst optimal zu streuen.