



PRESSEINFORMATION

Zusatzgeschäft für Destinationen und Tourismuszentralen: Regionen erlebbar machen mit der NTL-Destinationsbox „Out of the box“

Erlebnisboxen sind sehr beliebt – das zeigt auch die aktuelle Preisverleihung des Deutschen Tourismuspreises 2021.



Beispielbox: Flensburger Förde

Hamburg, 8. Dezember 2021.- Zusätzliche Erträge, eine langfristige Gästebindung und die Unterstützung lokaler Unternehmen – das ist die Idee von sogenannten Erlebnisboxen. Gefüllt sind die Boxen mit verschiedenen Produkten, die alle für jeweils eine bestimmte Region stehen. Die New Travel League (NTL) gehört zu den Trendsettern, die auf das innovative Marketingtool setzen und hat in die Produktidee „Out of the box“ die Expertise von elf Unternehmern der Travel-Industrie einfließen lassen.

Das Ergebnis: eine Erlebnisbox aus dem hochpreisigen Segment für verschiedene Reiseziele, mit der die Wunschregion auch in den eigenen vier Wänden erlebbar wird. Ideal für alle, die nach einem schönen Geschenk suchen – auch für sich selbst. Sei es, um die Vorfreude auf einen Urlaub zu steigern oder um regionale Grüße an Freunde zu senden. Übrigens: Wie erfolgreich und beliebt die Boxen sind, zeigt auch das aktuelle Beispiel von Tim Mälzer und Fabio Häbel, die mit ihrem „Kehrwieder Paket“, eine Kulinarikbox mit Hamburger Spezialitäten, bei der gestrigen Preisverleihung des Deutschen Tourismuspreises 2021 den dritten Platz belegt haben.

„Out of the box“ – die Produktidee

Die Vorfreude auf den nächsten Urlaub, eine kurze Auszeit vom Alltag oder das perfekte Geschenk – Anlässe zum Kauf einer Box gibt es viele. Die Boxen sind so vielfältig wie die Regionen, für die sie stehen. Gefüllt mit einer Auswahl von acht bis zwölf regionalen Produkten wie Lebensmittel, Süßigkeiten, regionale Kosmetikartikel oder Souvenirs, erhält jede Box ihren eigenen Charakter. Unter den Produkten befindet sich in jeder Box mindestens ein exklusiver Artikel, zum Beispiel eine Sonderedition, eine Sonderabfüllung oder eine besondere Spezialität, die nur in der jeweiligen Box erhältlich sind. Auch das Design ist individuell auf die jeweilige Region abgestimmt und hebt ihre Besonderheiten hervor.

Für wen interessant?

Die Erlebnisbox ist das perfekte Marketingtool für Tourismuszentralen und Destinationen, die wiederum die Fans des touristischen Ziels mit der Box begeistern möchten.



Beispielbox: Flensburger Förde

Die Kooperation

Als Markenkooperation zwischen der NTL und der jeweiligen Destination werden die Boxen sowohl mit dem NTL-Logo als auch mit dem Logo der Destination bedruckt. Den Gewinn teilen sich die Kooperationspartner nach dem Verkauf. Für das Jahr 2022 führt die NTL bereits Gespräche mit den ersten drei Testmärkten Flensburger Förde, Wangerland und Weimar.

Leistung der New Travel League

Die NTL bietet den Kooperationspartnern das durchdachte Konzept, sodass seitens der Tourismuszentralen und Destinationen nur ein geringer Implementierungs-Aufwand besteht. Für jede Region stellt die NTL einen hochwertigen Karton zur Verfügung und lässt in Kooperation mit ausgewählten Gestaltern ein individuelles Druck-Design erstellen. Die Tourismuszentralen und Destinationen können ihre Lieblingsprodukte aus der Region selbst auswählen und individuell kombinieren. Die NTL kalkuliert den Verkaufspreis und lässt die Boxen von einem Konfektionierer zusammenstellen, der diese verkaufsfertig an die Kunden liefert. Für den Online-Vertrieb bietet die NTL eine eigene Plattform und vermarktet die Boxen zusätzlich in Zusammenarbeit mit Influencer- und PR-Agenturen.

Zur New Travel League NTL

Die Anfang 2020 gegründete New Travel League UG bündelt mit mittlerweile elf Gesellschaftern das Knowhow und die Erfahrung von elf in der Travel-Industrie aktiven, namhaften Unternehmern mit einer gemeinsamen Vision: Sie setzen ihre ganze Kraft und sich ergänzende Kompetenzen dafür ein, innovative, reflektierte und profitable Lösungen für die Travel-Industrie zu entwickeln. Der Anspruch dabei ist, Gestalter und Impulsgeber eines neuen touristischen Ökosystems zu sein.

Das Motto „Neue Arbeitsweisen. Neue Werte. Neue Lösungen.“ steht exemplarisch für die pragmatische und nutzenorientierte Beratung und Zielsetzung der angebotenen Leistungen, die den fundamentalen Wandel, vor dem diese Branche steht, begleitet und zielführend unterstützt. Mit vernetzten Denkweisen geben die Experten der NTL klare Handlungsempfehlungen und entwickeln nachhaltige, zukunftsorientierte Lösungen. Einzelne sind wir gut. Gemeinsam als New Travel League sind wir noch besser.

Pressekontakt:

Anke Menyesch, presse@newtravelleague.de
c/o Menyesch PR GmbH, Tel: +48 40 3698630