

PRESSEINFORMATION



Hinweis: Das Fotomaterial ist direkt über folgenden Link herunterladbar:

[http://transfer.der.picworld-](http://transfer.der.picworld-datenbank.de/440ce806f0b3830162f71f78f9692356/)

[datenbank.de/440ce806f0b3830162f71f78f9692356/](http://transfer.der.picworld-datenbank.de/440ce806f0b3830162f71f78f9692356/).

Danach finden Sie das Foto unter der Bildnummer 1437551349 zum Download im [Bildarchiv](#), den Text unter www.dertouristik.com. Die Benutzung des Bildmaterials ist ausschließlich im Zusammenhang mit dieser Presseinformation sowie einer Nennung unserer Veranstalter erlaubt und in diesem Fall kostenlos.

BU: Mitarbeiter als Markenbotschaften bei der Werbekampagne der DER Touristik.

„Nicht irgendein Urlaub: DER Urlaub“

DER Touristik startet die umfangreiche Werbekampagne „DER Urlaub“

Im Oktober bringt DER Touristik erstmals eine Werbekampagne für Endverbraucher an den Start. Titel: „DER Urlaub“. Dabei stehen Mitarbeiter aus allen Teilen des Unternehmens im Mittelpunkt und zeigen, wieviel Liebe und Erfahrung hinter jeder Reise steckt. Gemeinsam mit ihren Kunden wollen sie daran arbeiten, dass die schönste Zeit des Jahres nicht irgendein Urlaub wird, sondern DER Urlaub.

„Wir wollen lauter werden im Markt“, erklärt Sören Hartmann, CEO DER Touristik, den Hintergrund der Kampagne. „Nur mit einer kraftvollen Marke, die Emotionen weckt, werden wir von den Kunden wahrgenommen.“ Aufmerksamkeit zu erwecken, heißt in der Regel andere Wege zu gehen. Deshalb wirbt die DER Touristik nicht mit inszenierten Kundenerlebnissen, sondern mit dem, was das Unternehmen besonders und einzigartig macht. „Wir haben die Mitarbeiter als Urlauber in den Mittelpunkt der Kampagne gestellt. Das macht den Unterschied“, sagt Sören Hartmann. „Anders als bei Online-Portalen, wo Algorithmen den passenden Flug mit dem freien Hotelzimmer verknüpfen, sind unsere Produkte von Menschen gemacht.“ Dabei zähle neben dem Erfahrungsschatz von über 7.000 Mitarbeitern in 2.100 Vertriebsstellen und allen anderen Unternehmensteilen vor allem eines: Die Begeisterung aller Mitarbeiter für das Reisen.

PRESSEINFORMATION

„Nur wer die Welt bereist hat, kann anderen verraten, wo das Paradies beginnt“, lautet dementsprechend einer der zentralen Botschaften aus dem TV-Spot. Die gesamte Kampagne ist eine Eigenproduktion der DER Touristik gemeinsam mit der Düsseldorfer Agentur Thjnk. Die 18 Protagonisten sind Mitarbeiter aus dem gesamten Unternehmen. 12 von ihnen wurden von professionellen Kamerateams in ihrem privaten Sommerurlaub begleitet. Außerdem produzierten sie mit eigenen Kameras Filme und Bilder. Aus dem professionellen Material und den Amateuraufnahmen sind jetzt fünf Fernsehspots entstanden sowie Bilder und Geschichten für Online-, Social Media- und Außenwerbung.

Für die DER Touristik ist ‚DER Urlaub‘ jedoch mehr als ein Werbespot, in dem Mitarbeiter als Markenbotschafter auftreten. ‚DER Urlaub‘ ist zugleich ein Versprechen an die Kunden und ein neuer Anspruch an die Mitarbeiter selbst. Denn das Unternehmen baut derzeit ein Expertennetzwerk auf, in dem Mitarbeiter ihre Expertise zu ganz bestimmten Urlaubsorten hinterlegen. Das Netzwerk soll künftig Kollegen mit direktem Kundenkontakt in die Lage versetzen, nicht nur die eigene Expertise, sondern im Sinne einer ‚Schwarmkompetenz‘ das Knowhow aller 7.000 Mitarbeiter abzurufen. Damit kommt DER Touristik dem Wunsch vieler Kunden nach, die in Studien und Umfragen regelmäßig angeben, sich im digitalen Zeitalter einen Ratgeber zu wünschen, der die Angebotsvielfalt ordnet. „Wir bieten das, was bei digitalen Reiseportalen fehlt: den Mensch als kompetenten Experten, als glühenden Berater und verlässlichen Wegweiser“, sagt Sören Hartmann. „Und den findet der Kunde beim Besuch im DER Reisebüro oder über DER.com.“

Die Kampagne startet am 5. Oktober 2015 und wird zunächst in zwei Phasen bis Februar 2016 dauern. ‚DER Urlaub‘ bleibt das beherrschende Thema der Außendarstellung des Unternehmens während der kommenden Jahre.

TV-Spot: <https://youtu.be/wgzCzG5ydwQ>

DER.COM-Landingpage: www.der.com/der-urlaub

Pressekontakt

Martin Schlupp

Unternehmenskommunikation DER Touristik Köln

t: +49 2203 42-703

martin.schlupp@dertouristik.com