



## PRESSEINFORMATION

### **Etappenziel zum Einjährigen: Über 1.000 Reisebüros am roten Griff erkennbar**

**Frankfurt, 30. April 2014.** Die DER Touristik erreicht zum Einjährigen ein weiteres Etappenziel: Der Eigenvertrieb mit den DER Reisebüros hat den Marken-Roll-Out bereits fast abgeschlossen und auch bei den Franchise- sowie Reisebüropartnern von Derpart und innerhalb des DER Touristik Partner-Service (DTPS) läuft er auf Hochtouren. Bis heute sind bereits mehr als 500 Filialen und ebenso viele Franchise- und Kooperations-Reisebüros sichtbar mit den neuen roten Gestaltungselementen der DER Touristik gekennzeichnet. Mit mehr als 1.000 gebrandeten Reisebüros ist dies schon jetzt der größte geschlossene Markenauftritt einer Reisevertriebsorganisation in Deutschland.

Seit Einführung der Gruppenmarke im April letzten Jahres machen die Reisebüros der DER Touristik ihre Zusammengehörigkeit erstmals auch für den Kunden sichtbar. In den Filialen, Franchise- und Partnerbüros wird seitdem am neuen und einheitlichen Außenauftritt gearbeitet.

Zeitgleich zum gemeinsamen Außenauftritt des Reisevertriebs der DER Touristik wurde im eigenen Filialvertrieb ein neues Shop-Konzept erfolgreich eingeführt. Bislang präsentieren sich bereits 183 DER Reisebüros mit der innovativen Ladenarchitektur.

Mit fast 2.100 Filialen, Franchise-Büros und Kooperationspartnern verfügt die DER Touristik weiterhin über das dichteste Reisevertriebsnetz in Deutschland.