



PRESSEINFORMATION

DTPS-Marketingkalender 2014: Professionelle Lösungen für individuelle Ansprüche

Frankfurt, 16. Januar 2014. Druckfrisch präsentiert sich der neue Marketingkalender 2014 des DER Touristik Partner-Service (DTPS) und bietet die gesamte Palette von A bis Z – Anzeigenvorlagen bis Zubehör für Deko. Denn auch in diesem Jahr unterstützt die Servicegesellschaft ihre Partnerbüros mit exklusiven und individuellen Marketingaktionen, mit denen sie sich von ihren Mitbewerbern vor Ort abheben können. Hierfür gibt die Servicegesellschaft den Partnern vielseitige Marketingwerkzeuge an die Hand, die alle professionell gestaltet sind und die das Reisebüro personalisieren kann.

Bei allen Marketingmaßnahmen steht die Stamm- und Neukundenwerbung im Fokus. Erstmals bietet DTPS in diesem Jahr mit panama.tv die Möglichkeit der digitalen Schaufensterwerbung an. Außerdem wird die Kundenzeitschrift „Sommersprossen“ neu aufgelegt und präsentiert sich zukünftig hochwertiger, moderner und umfangreicher. „Neben den bewährten Marketingmaßnahmen wie Kundenmailings oder Counteraufstellern, bieten wir auch wieder unterjährig exklusive Werbemittel, wie etwa Wandkalender, Aktionspakete oder Weihnachtskarten“, so Stephanie Schmidt, Teamleiterin Marketing und Verkaufsförderung beim DTPS.

Einen optimalen Überblick mit detaillierten Informationen zu allen Werbemaßnahmen und einer praktischen Jahresübersicht für 2014 gibt der diesjährige Marketingkalender. Er wird aktuell an die über 1.200 Partnerbüros von DTPS verschickt.

Hintergrund: Im Verbund des DER Touristik Partner-Service (DTPS) (ehemals RSG) sind die Kooperationen Deutscher Reising, ProTours/RCE, TourContact, das Franchise-System DER Touristik Partner-Unternehmen sowie die Ketten Karstadt Reisebüro und der ADAC Regionalclub Württemberg. Der DTPS zählt mehr als 1.200 Reisebüros. Die Servicegesellschaft vertritt die Interessen aller Mitglieder und gehört zum Reisebürovertrieb der DER Touristik, der Touristiksparte der REWE Group.