



PRESSEINFORMATION



Hinweis: Das Fotomaterial ist direkt über folgenden Link herunterladbar: <http://transfer.der.picworld-datenbank.de/b203e13e4dfbbac04b26fea357e8a79d/>. Danach finden Sie das Foto unter der Bildnummer **1483606967** zum Download im [Bildarchiv](#). Die Benutzung des Bildmaterials ist ausschließlich im Zusammenhang mit dieser Presseinformation sowie einer Nennung unseres Unternehmens erlaubt und in diesem Fall kostenlos.

BU: In seinem Marketingkalender 2017 stellt der DER Touristik Partner-Service die Individualisierungs- und Personalisierungsmöglichkeiten der Reisebüropartner in den Fokus.

DTPS-Marketingkalender 2017: Individualisierung und Personalisierung im Fokus

Frankfurt/Köln, 06. Januar 2017. Wie in den vergangenen Jahren hat der DER Touristik Partner-Service (DTPS) auch 2017 für seine rund 1.200 Reisebüropartner einen Marketingkalender aufgelegt. In dem sechsseitigen Flyer mit Kalenderübersicht zur Jahresplanung setzt der Verbund auf bewährte Maßnahmen wie Dekosysteme, Werbemittel, Aktionspakete sowie Newsletter und Kundenmagazine. Weiter ausgebaut hat der DTPS die Dialogmarketing-Aktionen zur Stamm- und Neukundenwerbung: Mit Hilfe der Kundendatenbank Panama können die Reisebüros Mailings und Maßnahmen für den Point of Sale noch zielgerichteter auf ihre Kunden zuschneiden und personalisieren und sich so als persönliche Urlaubsexperten bei ihren Kunden positionieren.

Eine neue Werbemaßnahme ist der Endkundennewsletter für alle Reisebüros im DTPS-Verbund: Zwölfmal im Jahr wird zentral und automatisiert ein Newsletter im Namen des Reisebüros versendet. Auch hier steht der Bezug zum lokalen Reisebüro mit Teambild, Anschreiben und ausführlichen Kontaktdaten im Vordergrund. Die monatlich wechselnden Themen drehen sich um Trends, News, Tipps und passende Angebote. Das Reisebüro kann seine Version um eigene Inhalte ergänzen. Der Newsletter ist für die Reisebüros kostenfrei und im Responsive-Design auf jedem Endgerät lesbar.

„Für die effektive Reisebürowerbung verzahnen wir unsere einzelnen Marketingaktionen zu Kampagnen. Damit wollen wir vor allem die Werbewirkung auf die Stamm- und Neukunden unserer Reisebüropartner erhöhen“, erklärt DTPS-Geschäftsführer Michael Dohmen. „Durch die vielen Individualisierungsmöglichkeiten heben sich die Büros zusätzlich von ihren Mitbewerbern ab.“

Pressekontakt

Katharina Mautz

t: +49 69 9588-8000

presse.frankfurt@dertouristik.com



PRESSEINFORMATION

Hintergrund

Der 2001 gegründete Verbund **DER Touristik Partner-Service (DTPS)** ist die Dachorganisation für die Karstadt Reisebüros, den ADAC Regionalclub Württemberg, für das Franchise-System DER Touristik Partner-Unternehmen sowie für die Reisebürokooperationen TourContact, Pro Tours/RCE und Deutscher Reising. Zum DTPS zählen mehr als 1.200 Reisebüros. Die Servicegesellschaft vertritt die Interessen aller Mitglieder und gehört zum Reisebürovertrieb der DER Touristik.

Die **DER Touristik Group** zählt mit 5,43 Milliarden Euro Umsatz und rund 10.600 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern (2015) zu den führenden Reisekonzernen in Europa. Sie ist die Reisesparte der REWE Group, einem internationalen Handels- und Touristikkonzern.

7,1 Millionen Gäste aus 14 europäischen Ländern verreisen pro Jahr mit den Veranstaltern der DER Touristik Group in 179 Reiseländer weltweit. Zu den Reiseveranstaltern zählen im Volumengeschäft die Marken ITS, Jahn Reisen, Travelix, Dertour, Meier's Weltreisen und ADAC Reisen sowie Clevertours (Deutschland), Kuoni (Schweiz und Großbritannien), Helvetic Tours (Schweiz) und Apollo (Nordeuropa). In Österreich und Osteuropa ist die DER Touristik Group mit eigenen Veranstaltern und Kooperationen (ITS Billa, ITS Coop Travel, Jahn Reisen, Dertour, Meier's Weltreisen, Transair) sowie über eine Mehrheitsbeteiligung an der Exim Holding (Exim Tours, Kartago Tours) vertreten.

Hinzu kommen 25 Spezialisten, die besondere Kundengruppen mit maßgeschneiderten und hochwertigen Angeboten bedienen, sowie die Online-Vertriebsmarken: In Deutschland der.com, Camperboerse.de, Ocean24 und Entdeck-die-welt.de, in der Schweiz Manta Reisen, Kontiki, Railtour, Frantour, Kuoni Cruises, Asia 365, Private Safaris, Cotravel, Dorado Latin Tours, Pink Cloud, ACS Reisen und lastminute.ch, in Nordeuropa Lime Travel, Golf Plaisir, Out of Bounds Golfresor und Krone Golf Tours, in Großbritannien Carrier, Kirker, CV Villas und Voyages Jules Verne sowie in Belgien und den Niederlanden Koning Aap, Your Way 2 Go, Shoestring und prijsvrij.nl.

Zum Reisevertrieb der DER Touristik Group gehören rund 2.400 Vertriebsstellen in Europa. In Deutschland ist sie mit 2.100 Reisebüros Marktführer – hierzu gehören die Vertriebslinien DER Reisebüro, das Franchisesystem Derpart sowie die Organisation der mittelständischen inhabergeführten Reisebüros unter dem Dach des DER Touristik Partner-Service (DTPS). Die Geschäftsreisesparte FCM Travel Solutions bietet mittelständischen Unternehmen und international tätigen Konzernen zudem umfangreiche Dienstleistungen rund um das Geschäftsreisemanagement an. In der Schweiz verfügt die DER Touristik über 80 Reisebüros (Kuoni, Helvetic Tours, Rewi Reisen und Premium Specialists), in Großbritannien sind es 49 Kuoni Stores. In Osteuropa verstärken 200 Filialen der Exim Holding den stationären Vertrieb. Des Weiteren gehören die schwedische Charterfluggesellschaft Novair und 78 Hotels der Marken Club Calimera, PrimaSol, Iti hotels, Cooe und Playitas (Sportresort auf Fuerteventura) zur Unternehmensgruppe.

Weitere Informationen auf www.dertouristik.com.