

Case Study Touristik: **Welcome!**

## WELCOME! IM TRAUMURLAUB

Die Deutschen gelten nicht umsonst als Reiseweltmeister. Über 36 Millionen Menschen haben in den letzten zwölf Monaten eine Urlaubsreise gemacht. Urlaub – ein Thema, das alle interessiert. Touristik – ein hart umkämpfter Markt. Auf diesem Terrain bewegt sich die TUI, der weltweit größte Reisekonzern. 2007 wurden über 30 Millionen Kunden von der TUI betreut. Für die Kunden in Deutschland wurde 1995 die „World of TUI-Card“ kreiert, ein inzwischen sehr erfolgreiches Kundenbindungskonzept.



### Die Aufgabe

Zur Kommunikation der Vorteile des Kundenbindungskonzeptes „World of TUI Card“ sollten eine Strategie und passende Maßnahmen entwickelt werden. Neben dem Aufbau einer emotionalen Beziehung des Kunden zur Marke TUI galt es, die Markenwerte Qualität und Sicherheit zu kommunizieren und zu verankern. Darüber hinaus war eine gezielte Unterstützung des Produktabverkaufs zu verwirklichen.

### Die Idee

Im Rahmen des Kundenbindungstools „World of TUI-Card“, der Kundenkarte mit Kreditkartenfunktion und vielen anderen Vorteilen, entwickelten wir das Kundenmagazin Welcome! als zentrale Kommunikationsplattform.

### Das Produktprofil

**Kategorie:**

B-to-C-Magazin

**Umfang:**

68 Seiten

**Erscheinungsweise:**

4x jährlich

**Verkaufte Auflage:**

467.000 (IVW 04/07)

**Anzeigenpreise 1/1 4c:**

7.600,- Euro

**Vertriebswege:**

Postversand, Auslage  
am POS, Bordexemplare

**Zielgruppen:**

Inhaber der „World of TUI  
Card“, Kunden allgemein,  
potenzielle Kunden,  
Partner (z.B. Reisebüros)

## Die Realisation

Welcome! ist ein journalistisch attraktiv aufgemachtes Reisemagazin, das viermal im Jahr Lust auf Urlaub macht: auf Urlaub mit der TUI. Die Reportagen sind thematisch und zeitlich mit den Verkaufsaktivitäten der TUI synchronisiert. In einem inhaltlich und grafisch abgegrenzten werblichen Heftsegment werden die Card-Vorteile kommuniziert und neue Produkte ausführlich vorgestellt. Dialogorientierte Rubriken wie „Leser schreiben für Leser“, Fotowettbewerbe und Lesertipps regen zum

aktiven Austausch an und machen aus Kunden eine Gemeinschaft.

## Der Mehrwert

Weit über die üblichen Kataloginformationen hinaus bietet das Magazin durch konkrete, nutzwertige Tipps und interessante Hintergrundberichte einen echten Mehrwert. Exklusiv für die Card-Kunden arrangierte Leserreisen werden ausschließlich in Welcome! angeboten.

# Welcome!



Titelgeschichte: Opulente Optik macht Lust auf Reisen und forciert den Abverkauf der Destinationen.



Leser schreiben für Leser: Seiten mit Tipps und Erlebnisberichten machen aus Kunden eine Community.



Leserreisen: Die exklusiven Angebote für TUI-Card-Kunden bieten Mehrwert.