

Kundenbindungskonzept im Touristikbereich

WELCOME! IM TRAUMURLAUB

Die Deutschen gelten nicht umsonst als Reiseweltmeister. Über 50 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. 2011 wurden über 30 Millionen Kunden von der TUI betreut. Für die Kunden in Deutschland wurde 1995 die TUI Card kreiert, ein sehr erfolgreiches Kundenbindungskonzept.



AUFGABE

Zur Kommunikation der Vorteile des Kundenbindungskonzeptes 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.

IDEE

Im Rahmen des Kundenbindungstools TUI Card, der Kundenkarte mit Kreditkartenfunktion, dem Bonusprogramm „Bonitos“ und vielen anderen Vorteilen, entwickelte die wdv-Gruppe das Kundenmagazin Welcome! als zentrale Kommunikationsplattform.

FAKTEN:

- **KATEGORIE:**
B2C-Magazin
- **UMFANG:**
68 Seiten
- **ERSCHEINUNGSWEISE:**
4x jährlich
- **VERKAUFTE AUFLAGE:**
350.242 (IVW 04/2011)
- **ANZEIGENPREISE 1/1 4C:**
8.600,- Euro
- **VERTRIEBSWEGE:**
Postversand, Auslage am POS, Bordexemplare
- **ZIELGRUPPEN:**
Inhaber der TUI Card, Kunden allgemein, potenzielle Kunden, Partner (z. B. Reisebüros)

REALISATION

Welcome! wurde als ein journalistisch attraktiv aufgemachtes Reisemagazin konzipiert, das viermal im Jahr Lust auf Urlaub macht: auf Urlaub mit der TUI. Besonderes Augenmerk lag dabei auf der thematischen und zeitlichen Synchronisation der Reportagen mit den Verkaufsaktivitäten der TUI. Ein eigens entwickeltes – inhaltlich und grafisch abgegrenztes – werbliches Heftsegment bot ausreichend Platz, die Card-Vorteile und neue Produkte ausführlich vorzustellen. Um einen aktiven Austausch anzuregen, wurden dialogorien-

tierte Rubriken wie „Leser schreiben für Leser“, Fotowettbewerbe und Lesertipps integriert – so wird aus Kunden eine Gemeinschaft.

MEHRWERT

Neben den üblichen Kataloginformationen runden konkrete Tipps und interessante Hintergrundberichte das Angebot ab. Zusätzliches Highlight für die Welcome!-Leser: exklusiv für die Card-Kunden arrangierte Leserreisen. Das schafft nutzwertigen Mehrwert.

WELCOME!



Titelgeschichte: Opulente Optik macht Lust auf Reisen und forciert den ABERKAUF 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.