

Pressestimmen

Februar 2016

Touristik Aktuell, 07.02.2016

Best-Reisen:

Auf dem Weg zum Endkunden

Auf dem Weg zur Endkundenmarke hat die Reisebüro-Kooperation Best Reisen die Kennzeichnung ihrer Mitgliedsbüros abgeschlossen. Damit erkennen Endkunden nun auf Anhieb, welches Reisebüro Mitglied des Verbundes ist.

Die Markenpräsenz sei in den sozialen Netzwerken sichtbar, heißt es bei Best Reisen. So hätten viele Büros Fotos ihrer neuen Markierung hochgeladen. Auch Werbe- und Gemeinschaftsanzeigen seien bereits mit der neuen Kennzeichnung geschaltet worden. Eine Kooperation mit dem Outdoor-Ausstatter Schöffel kam zustande. Zusammen wird jetzt für eine zweiwöchige Kanada-Reise geworben. Cornelius Meyer, Marketing-Vorstand der Kooperation, macht sich allerdings keine Illusionen darüber, dass der Weg von der B2B- zur B2C-Marke weit ist. Allerdings sei es ein gutes Gefühl, die erste Etappe geschafft zu haben. Ziel sei es, die Mitglieder der Kooperation mit den Attributen „stark“ und „unabhängig“ zu kennzeichnen und ihnen „einen eindeutigen Differenzierungswert“ gegenüber dem Wettbewerb an die Hand zu geben, betont Meyer. Parallel dazu wurde eine neue B2B-Website gestartet. Mit ihr sollen alle Leistungen und Projekte für die Mitglieder und die Branche abgebildet werden. Zudem gibt es Infos zur Struktur der Kooperation, zur Mitgliedschaft und zu Partnermodellen. Eine B2C-Website für Endkunden ist in der Entwicklung. (ta)

FVW Online, 23.02.2016

BEST-REISEN (0)

Alle Partner-Büros tragen neuen Namen

Die Reisebüro-Kooperation Best-Reisen, die noch bis Herbst 2015 unter Best-RMG firmierte, hat mittlerweile all ihre Partner-Reisebüros mit einem neuen Namensschild versehen.

23.02.2016, 16:44 Uhr



Cornelius Meyer ist bei Best-Reisen im Vorstand für Marketing und Vertrieb verantwortlich.
Foto: André Lenthe

Wie der Verbund aus Filderstadt jetzt mitteilte, können alle gut 580 Best-Reisen-Büros ab sofort ein Schild anbringen, das sie als zugehörig zu der Kooperation kennzeichnet. Jeder Classic-Partner habe ein Best-Reisen-Schild erhalten, so Marketing-Vorstand Cornelius Meyer in einer Pressemitteilung.

Die wetterfesten Aluminiumschilder sollen im Innern oder auch im Außenbereich der Büros angebracht werden. Ziel von Meyer ist es, die bisherig B2B-Marke in eine B2C-Marke zu überführen. Das hatte Meyer erstmals im Dezember auf der Jubiläumsfeier seiner Organisation in Belek verkündet. Dort feierte die Best-RMG ihr 25-jähriges Bestehen und den Markenwechsel. Neben den neuen Schildern sollen auch gemeinsame Werbeanzeigen mit der neuen Kennzeichnung dabei helfen, Best-Reisen in die Köpfe der Endkunden zu bekommen. So hat Meyer in Belek eine Kampagne mit dem Anbieter von Outdoor-Bekleidung Schöffel angekündigt.

„Die erste Etappe auf dem Weg von B2B zu B2C betrifft die Stärkung unserer Mitglieder. Ziel unserer Endkundenansprache ist es, die Mitglieder unserer Kooperation mit den Attributen ‚stark?‘ und ‚unabhängig?‘ zu kennzeichnen und ihnen einen eindeutigen Differenzierungswert gegenüber dem Wettbewerb an die Hand zu geben“, erklärt Meyer, dessen Steckenpferd das Thema Marketing ist.

Laut Meyer sind die Partner-Büros von der Idee und der Vorgehensweise begeistert und helfen dabei, das neue Logo publik zu machen: „Durch die Kennzeichnung der Reisebüros wird Best-Reisen erstmalig für Endkunden sichtbar“, sagt der Vorstand. (RIM)

Anzeige

AIR CANADA ✈️

LASSEN SIE IHRE KUNDEN
DIE SCHÖNHEITEN
NORDAMERIKAS
ENTDECKEN.

Über 100 Flugziele in
Kanada und in den USA

Erfahren Sie mehr ⓘ

unter aircanada.com

Travel Talk Online, 23.02.2016

Best-Reisen  (0)

Alle Partner-Büros tragen neuen Namen

Die Reisebüro-Kooperation Best-Reisen, die noch bis Herbst 2015 unter Best-RMG firmierte, hat mittlerweile all ihre Partner-Reisebüros mit einem neuen Namensschild versehen.

23.02.2016, 16:47 Uhr



Cornelius Meyer ist bei Best-Reisen im Vorstand für Marketing und Vertrieb verantwortlich.

Foto: André Lenthe

Wie der Verbund aus Filderstadt jetzt mitteilte, können alle gut 580 Best-Reisen-Büros ab sofort ein Schild anbringen, das sie als zugehörig zu der Kooperation kennzeichnet. Jeder Classic-Partner habe ein Best-Reisen-Schild erhalten, so Marketing-Vorstand Cornelius Meyer in einer Pressemitteilung.

Die wetterfesten Aluminiumschilder sollen im Innern oder auch im Außenbereich der

Büros angebracht werden. Ziel von Meyer ist es, die bisherig B2B-Marke in eine B2C-Marke zu überführen. Neben den neuen Schildern sollen auch gemeinsame Werbeanzeigen mit der neuen Kennzeichnung dabei helfen, Best-Reisen in die Köpfe der Endkunden zu bekommen.

„Die erste Etappe auf dem Weg von B2B zu B2C betrifft die Stärkung unserer Mitglieder. Ziel unserer Endkundenansprache ist es, die Mitglieder unserer Kooperation mit den Attributen ‚stark?‘ und ‚unabhängig?‘ zu kennzeichnen und ihnen einen eindeutigen Differenzierungswert gegenüber dem Wettbewerb an die Hand zu geben“, erklärt Meyer, dessen Steckenpferd das Thema Marketing ist.

Laut Meyer sind die Partner-Büros von der Idee und der Vorgehensweise begeistert und helfen dabei, das neue Logo publik zu machen: „Durch die Kennzeichnung der Reisebüros wird Best-Reisen erstmalig für Endkunden sichtbar“, sagt der Vorstand.

(RIM)

Touristik Aktuell Online, 24.02.2016

Mi 24.02.16

Best-Reisen: Erster Schritt zur Endkundenmarke

Auf dem Weg zur Endkundenmarke hat die Reisebüro-Kooperation Best Reisen die Kennzeichnung ihrer Mitgliedsbüros abgeschlossen. Damit erkennen Endkunden nun auf Anhieb, welches Reisebüro Mitglied des Verbundes ist.

Die neue Markenpräsenz sei schon jetzt in den sozialen Netzwerken sichtbar, heißt es in der Zentrale von Best Reisen. So hätten viele Büros Fotos ihrer neuen Markierung hochgeladen. Auch erste Werbe- und Gemeinschaftsanzeigen seien bereits mit der neuen Kennzeichnung geschaltet worden.

Cornelius Meyer, Marketing-Vorstand der Kooperation, macht sich allerdings keine Illusionen darüber, dass der Weg von der B2B- zur B2C-Marke weit ist. Allerdings sei es ein gutes Gefühl, die erste Etappe geschafft zu haben.

Ziel sei es, die Mitglieder der Kooperation mit den Attributen „stark“ und „unabhängig“ zu kennzeichnen und ihnen „einen eindeutigen Differenzierungswert“ gegenüber dem Wettbewerb an die Hand zu geben, betont Meyer.

Countervor9.de, 25.02.2016

Best Reisen auf dem Weg zur Endkundenmarke

Die angekündigte B2C-Strategie der Kooperation wird Schritt für Schritt umgesetzt. Partnerbüros von Best Reisen erhalten Außenschilder, so dass Kunden die Zugehörigkeit auf den ersten Blick erkennen können. In sozialen Netzwerken sei der neue Name bereits durch Werbeanzeigen der Reisebüros präsent. [Touristik Aktuell](#)

Touristik Aktuell, 29.02.2016



Foto: Hard Rock

Best-Reisen besucht Hard Rock in Mexiko

20 Reiseverkäufer der Best-Reisen-Kooperation reisten auf Einladung der Hard-Rock-Hotelkette nach Mexiko. Die Counter-Experten wohnten auf ihrer Reise im Hard Rock Hotel Cancun und im Hard Rock Hotel Riviera Maya. Neben dem Erkunden der beiden Häuser stand die Landeskultur im Fokus der Reise. So besuchte die Best-Reisen-Gruppe Tulum und Xel ha. Per Katamaran ging es auf die Isla Mujeres. Sportlich wurde es zudem auf dem Hard Rock Golfclub in Playacar.

Travel Talk, 29.02.2016



Sichtbarer für den Endkunden:

Die Best-Reisen-Chefs Cornelius Meyer (links) und Frank Winkler mit dem neuen Namen.

Start als Endkundenmarke

Vertrieb Die Reisebüro-Kooperation **Best-Reisen**, die noch bis Herbst 2015 unter Best-RMG firmierte, will sich mit dem neuen Namen künftig stärker als Endkundenmarke präsentieren. In einem ersten Schritt wurden jetzt alle rund 580 Partneragenturen mit neuen **Namensschildern** für den Außen- und Innenbereich ausgerüstet. „Durch die Kennzeichnung der Reisebüros wird Best-Reisen erstmalig für End-

kunden sichtbar“, sagt Marketing-Vorstand Cornelius Meyer. Neben den Schildern sollen auch gemeinsame Werbeanzeigen mit dem neuen Logo gestaltet werden und dabei helfen, Best-Reisen in die Köpfe der Endkunden zu bekommen. So hatte Meyer bei der Vorstellung der neuen Strategie bei der Jahrestagung in Belek auch eine Kampagne mit dem Anbieter von Outdoor-Bekleidung Schöffel angekündigt. » **RIM**