

## **Pressestimmen**

**März 2016**

Reise vor 9, 02.03.2016

»MARKE IST NICHTS  
ANDERES ALS EIN  
POSITIVES VORURTEIL«

CORNELIUS MEYER, GESCHÄFTSFÜHRER VON BEST REISEN, WILL  
EINE REISEBÜROMARKE AUFBAUEN



FVW Online, 23.03.2016

BEST-REISEN

## Mit Marketing-Aktionen ins Reisebüro locken

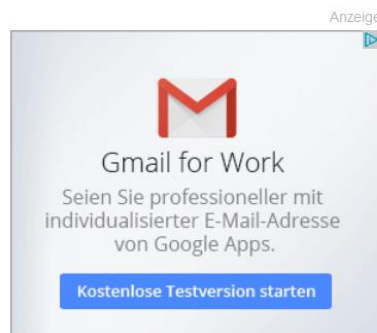
Cornelius Meyer von Best Reisen will in diesen Tagen gleich mit zwei Marketing-Aktionen Kunden ins Reisebüro locken: Einmal sollen Luxus-Reisende, ein anderes Mal die Last-Minute-Bucher angesprochen werden.

23.03.2016, 10:39 Uhr



Cornelius Meyer ist bei Best-Reisen fürs Marketing zuständig.  
Foto: Best Reisen

An den Aktionen teilnehmen können Reisebüros, die im Marketingclub der Kooperation Mitglied sind. Mit der Kampagne „Knack den Koffer“ will Vorstand Cornelius Meyer von Ende April an auf spielerische Weise potenzielle Kunden – je 2500 im Umkreis der jeweiligen Agentur bekommen ein Mailing – ins Reisebüro locken. Sie sollen mit einem Gewinnspiel angesprochen werden. Die Idee: Die Kunden müssen im Reisebüro das Zahlenschloss eines Koffers knacken, im Innern warten dann hochwertige Geschenke von Reiseveranstaltern wie Kofferwaagen, Koffergurt, Sonnencreme, Bücher und ähnliches. Zudem lockt als Hauptpreis eine hochwertige Reise. „Ziel ist, mit den Teilnehmern in ein Beratungsbeziehungswise Verkaufsgespräch einzusteigen“, sagt Meyer.



Die zweite Kampagne, die bereits angelaufen ist, zielt auf Luxus-Kunden ab. Dafür hat Best-Reisen eigens Adressen eingekauft: pro teilnehmendes Reisebüros gut 200 Haushalte mit hohem Nettoeinkommen. Sie wurden mit einem personalisierten Kofferanhänger, der im Reisebüro auf sie wartet, in die Agenturen gelotst. „Noch werten wir die Rückläufe aus“, so Meyer. Erste Reaktionen seien aber positiv. Ziel der Aktion ist es, echte Neukunden zu gewinnen.

Speziell im Hochpreis-Segment hat Best-Reisen zuletzt gute Erfahrungen gesammelt. Während preissensible Zielgruppen noch zurückhaltend bei den Buchungen für 2016 seien, würden hochwertige Produkte, etwa von Airtours, Dertour Deluxe oder auch Fernreisen, derzeit sehr gut verkauft, weiß Meyer. (R/M)

Traveltalk Online, 23.03.2016

Best-Reisen

## Mit Marketing-Aktionen ins Reisebüro locken

**Cornelius Meyer von Best Reisen will in diesen Tagen gleich mit zwei Marketing-Aktionen Kunden ins Reisebüro locken: Einmal sollen Luxus-Reisende, ein anderes Mal die Last-Minute-Bucher angesprochen werden.**

23.03.2016, 10:39 Uhr



Cornelius Meyer ist bei Best-Reisen fürs Marketing zuständig.

Foto: Best Reisen

An den Aktionen teilnehmen können Reisebüros, die im Marketingclub der Kooperation Mitglied sind. Mit der Kampagne „Knack den Koffer“ will Vorstand Cornelius Meyer von Ende April an auf spielerische Weise potenzielle Kunden – je 2500 im Umkreis der jeweiligen Agentur bekommen ein Mailing – ins Reisebüro locken. Sie sollen mit einem Gewinnspiel

angesprochen werden. Die Idee: Die Kunden müssen im Reisebüro das Zahlenschloss eines Koffers knacken, im Innern warten dann hochwertige Geschenke von Reiseveranstaltern wie Kofferwaagen, Koffergurt, Sonnencreme, Bücher und ähnliches. Zudem lockt als Hauptpreis eine hochwertige Reise. „Ziel ist, mit den Teilnehmern in ein Beratungs- beziehungsweise Verkaufsgespräch einzusteigen“, sagt Meyer.

Die zweite Kampagne, die bereits angelaufen ist, zielt auf Luxus-Kunden ab. Dafür hat Best-Reisen eigens Adressen eingekauft: pro teilnehmendes Reisebüro gut 200 Haushalte mit hohem Nettoeinkommen. Sie wurden mit einem personalisierten Kofferanhänger, der im Reisebüro auf sie wartet, in die Agenturen gelotst. „Noch werten wir die Rückläufe aus“, so Meyer. Erste Reaktionen seien aber positiv. Ziel der Aktion ist es, echte Neukunden zu gewinnen.

Speziell im Hochpreis-Segment hat Best-Reisen zuletzt gute Erfahrungen gesammelt. Während preissensible Zielgruppen noch zurückhaltend bei den Buchungen für 2016 seien, würden hochwertige Produkte, etwa von Airtours, Dertour Deluxe oder auch Fernreisen, derzeit sehr gut verkauft, weiß Meyer. (RIM)

Travel One, 24.03.2016

Anzeige

Jürgen Niedermaier,  
Reisewelt Montfort



# Ich zeige es allen!

**Starke Aussage – klares Versprechen.  
Das zieht die Menschen an.**

**Die Kooperation, die den Reisebüros gehört.**

Für Reisebüros. Von Reisebüros.

[www.best-reisen.de](http://www.best-reisen.de)