

### Deutscher Reiserling

- ❶ Umsatzabsicherung der Büros durch gezielte Maßnahmen und Aktionen. Sie sollen Rückgänge in Zielen wie Nordafrika und der Türkei auffangen
- ❷ Ausbildung und Azubi-Förderung. 2016 gestartete Initiative unterstützt Büros mit Azubis mit 50 Euro/Monat
- ❸ Digitalisierung nach Maß, etwa durch das weitere Verknüpfen von On-/Offline und Bistro-Live-Beratung

### LCC

- ❶ Entwickeln von Strategien, um online-affine Kunden für den Counter zu begeistern
- ❷ Implementierung des kürzlich vorgestellten neuen Content Management Systems, um das Geschäft mit Premium-Produkten auszubauen
- ❸ Aufbau einer eigenen AG als Grundlage für ein Filialnetz

### Protours

- ❶ Maßnahmen für die Umsetzung der Pauschalreiserichtlinie
- ❷ Vernetztes Marketing durch das Verknüpfen der eigenen, vielfältigen Aktivitäten
- ❸ Optimale Vertriebssteuerung, um Erlöse zu steigern

### RTK/Reiseland

- ❶ Weiteres Verbessern der wirtschaftlichen Rahmenbedingungen der angeschlossenen Reisebüros
- ❷ Vorbereitung auf die Auswirkung neuer Gesetze nach der EU-Pauschalreiserichtlinie
- ❸ Weiterer Ausbau des Projekts Vermarktungspartner

### Schmetterling

- ❶ Weiterentwicklung des Beratungs- und Preisvergleichsystems Vanessa sowie der Internet Booking Engine Urania
- ❷ Ausbau des eigenen Portfolios an buchbaren Deutschland-Produkten (siehe Seite 30)
- ❸ Vorbereitung der Büros auf das Pauschalreisegesetz

### Thomas Cook/Neckermann

- ❶ Relaunch der Homepages im Franchise-Bereich
- ❷ Aufklärung und Informationsweitergabe beim Thema Pauschalreiserichtlinie
- ❸ Neudefinition der Marketing-Leistungen für Franchiser

### Tourcontact

- ❶ Stärkerer Fokus auf erdgebundene Reisen, um diesen Markt für Reisebüros zurückzugewinnen
- ❷ Maßnahmen für die Umsetzung der Pauschalreiserichtlinie
- ❸ Bau einer eigenen Schule auf Sri Lanka im Rahmen des Projekts „DER Welt verpflichtet“

### TSS

- ❶ Pauschalreiserichtlinie. Ziel: Unterstützung der Reisebüros bei der Umsetzung und organisatorischen Abwicklung
- ❷ Fortsetzung der Aufwands-Incentives für Mehraufwand im Reisebüro
- ❸ Weiterer Ausbau der „Frag Dein Reisebüro“-Kampagne (siehe Seite 28)

### TUI-Filialen

- ❶ Ausbau TUI-Stores und Rebranding der Filialen auf die Marke TUI
- ❷ Weiteres Wachstum des Filialnetzes
- ❸ Verstärkte Steuerung auf TUI-Produkte und Ausbau des Online-Erlebnisses im Reisebüro durch „intelligente Verknüpfung“ von On- und Offline

### TUI-Franchise

- ❶ Umsetzung IT-Strategie Reisebüro 4.0, unter anderem durch das Einbinden der Telefonie: Wenn ein Kunde anruft, zeigt der Computer automatisch die Daten des Kunden
- ❷ Ausrichtung der Prozesse und Technologien auf das neue Pauschalreisegesetz
- ❸ Expansion der Kette

### TUI Travel Star

- ❶ Breites Schulungsangebot – sowohl für die QTA als auch exklusiv für die eigenen Büros
- ❷ Ausrollen eines neuen Kampagnen-Tools, mit denen die Büros zielgruppengenau werben können, Start einer eigenen App
- ❸ Zentrale unterstützt Büros, Vorzüge der persönlichen Beratung besser darzustellen

### TVG (Sonnenklar/Flugbörse)

- ❶ Besseres Darstellen der Bedeutung des stationären Vertriebs für Endverbraucher, aber auch für Partner wie Veranstalter und Airlines
- ❷ Vorbereitung auf das neue Pauschalreisegesetz
- ❸ Ausbau der Kommunikation mit dem Kunden. Das Ziel: noch besser als bisher auf allen Kanälen mit den Kunden in Kontakt treten