



Das ist das Angenehme auf Reisen, dass auch das Gewöhnliche durch Neuheit und Überraschung das Ansehen eines Abenteuers gewinnt.

Gehen wir also auf die Reise

Aufbruch:
Was wir wirklich
mitnehmen müssen



Die Markenwerte

effektiv

Wir wissen genau, was wir tun und können.

Unsere Erfahrung und unser Fachwissen machen uns zu einer bewährten und verlässlichen Instanz, die unsere Mitglieder und Partner schätzen.

Wir überzeugen durch strategisches Handeln – effizient und unternehmerisch – im Sinne aller Beteiligten.

Unsere Kompetenz

souverän

Wir treten selbstbewusst, überzeugend und authentisch auf.

Denn wir sind entschlossen und verlieren nie das Ziel aus den Augen. Entscheidungen treffen wir zusammen, die Gemeinschaft macht uns besser. Wir bestreiten neue Wege und gehen stets mutig voran. Denn unser Anspruch lässt keinen Platz für Zweifel.

Wir agieren langfristig – immer zuverlässig und verantwortungsbewusst.

Unsere Haltung

leidenschaftlich

Wir brennen für das, was wir tun und können Andere für unser Anliegen begeistern.

Unsere Motivation treibt uns an, Lösungen für jedes Problem zu finden. Unkonventionell und ideenreich begegnen wir unseren Aufgaben.

Nach einem Erfolg ruhen wir uns nicht aus, sondern suchen tatkräftig nach der nächsten Herausforderung.

Unser Stil

23.09.15

Die Markenwerte

effektiv

Wir wissen genau, was wir tun und können.

Unsere Erfahrung und unser Fachwissen machen uns zu einer bewährten und verlässlichen Instanz, die unsere Mitglieder und Partner schätzen.

Wir überzeugen durch strategisches Handeln – effizient und unternehmerisch – im Sinne aller Beteiligten.

Unsere Kompetenz

souverän

Wir treten souverän und überzeugend auf.

Denn wir scheitern nicht, wir verlieren nicht. Wir sind den Augen der Mitglieder und Partner voran. Denn das Beste kommt von vorne. Das lässt keine Zweifel zu.

Wir agieren souverän, zuverlässig und verantwortungsvoll.

Unsere Souveränität

leidenschaftlich

Szenario 2: Die Summe von Allem

Vision

Unternehmerischer Erfolg ist das Resultat aus individueller Initiative und koordiniertem Zusammenwirken.

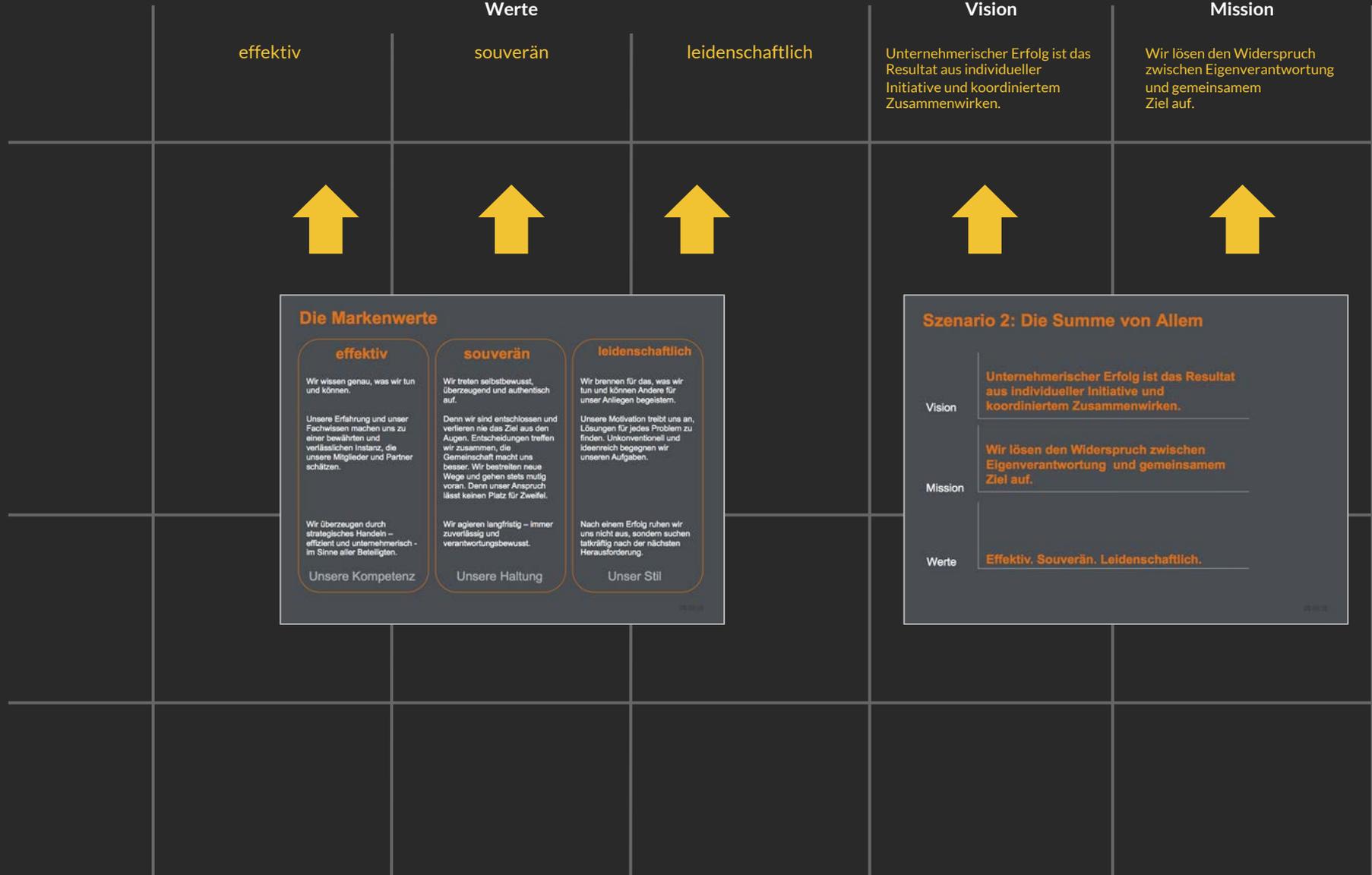
Mission

Wir lösen den Widerspruch zwischen Eigenverantwortung und gemeinsamem Ziel auf.

Werte

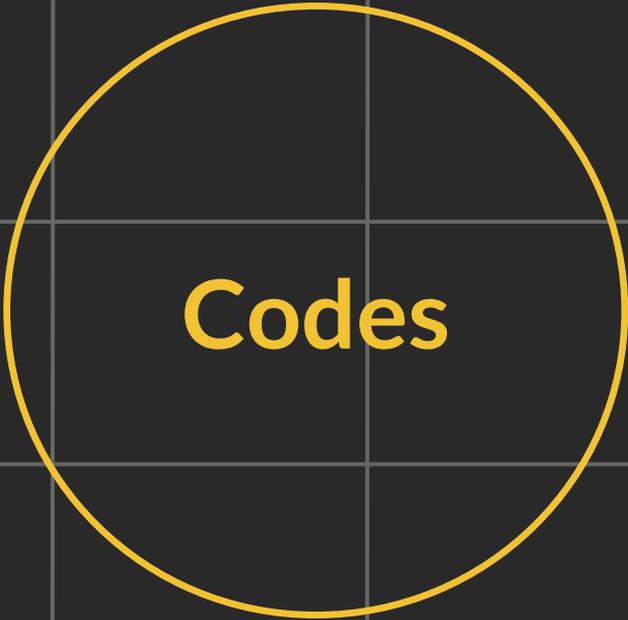
Effektiv. Souverän. Leidenschaftlich.

Daraus konstruieren wir uns ein Orientierungssystem



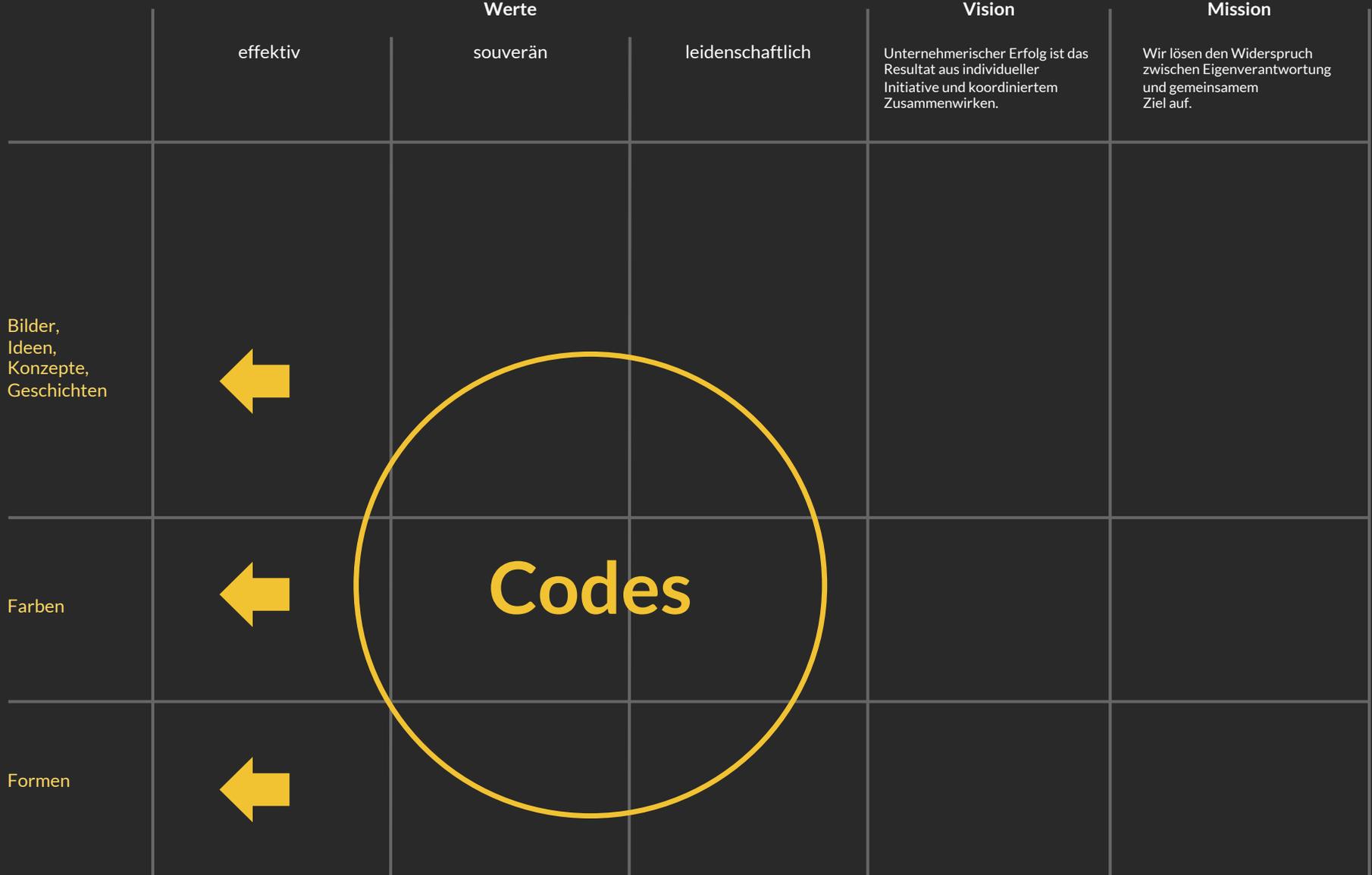
Mit Reizen und Botschaften, die unser Gehirn anregen und die es ohne viel Nachdenken versteht

	Werte			Vision	Mission
	effektiv	souverän	leidenschaftlich	Unternehmerischer Erfolg ist das Resultat aus individueller Initiative und koordiniertem Zusammenwirken.	Wir lösen den Widerspruch zwischen Eigenverantwortung und gemeinsamem Ziel auf.



Codes

Mit Reizen und Botschaften, die unser Gehirn anregen und die es ohne viel Nachdenken versteht



Visuelle Codes, die unsere Botschaften vermitteln

	effektiv	Werte souverän	leidenschaftlich	Vision Unternehmerischer Erfolg ist das Resultat aus individueller Initiative und koordiniertem Zusammenwirken.	Mission Wir lösen den Widerspruch zwischen Eigenverantwortung und gemeinsamem Ziel auf.
Bilder, Ideen, Konzepte, Geschichten					
Farben					
Formen					

Visuelle Codes, die unsere Botschaften vermitteln

	effektiv	Werte souverän	leidenschaftlich	Vision Unternehmerischer Erfolg ist das Resultat aus individueller Initiative und koordiniertem Zusammenwirken.	Mission Wir lösen den Widerspruch zwischen Eigenverantwortung und gemeinsamem Ziel auf.
Bilder, Ideen, Konzepte, Geschichten					
Farben					
Formen					

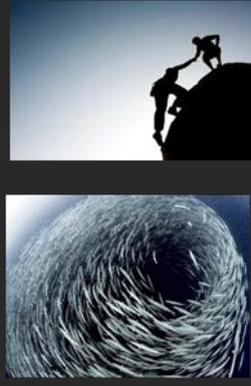
Visuelle Codes, die unsere Botschaften vermitteln

	effektiv	Werte souverän	leidenschaftlich	Vision Unternehmerischer Erfolg ist das Resultat aus individueller Initiative und koordiniertem Zusammenwirken.	Mission Wir lösen den Widerspruch zwischen Eigenverantwortung und gemeinsamem Ziel auf.
Bilder, Ideen, Konzepte, Geschichten					
Farben					
Formen					

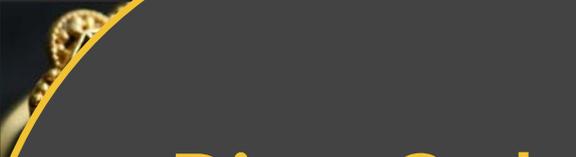
Visuelle Codes, die unsere Botschaften vermitteln

	effektiv	Werte souverän	leidenschaftlich	Vision Unternehmerischer Erfolg ist das Resultat aus individueller Initiative und koordiniertem Zusammenwirken.	Mission Wir lösen den Widerspruch zwischen Eigenverantwortung und gemeinsamem Ziel auf.
Bilder, Ideen, Konzepte, Geschichten					
Farben					
Formen					

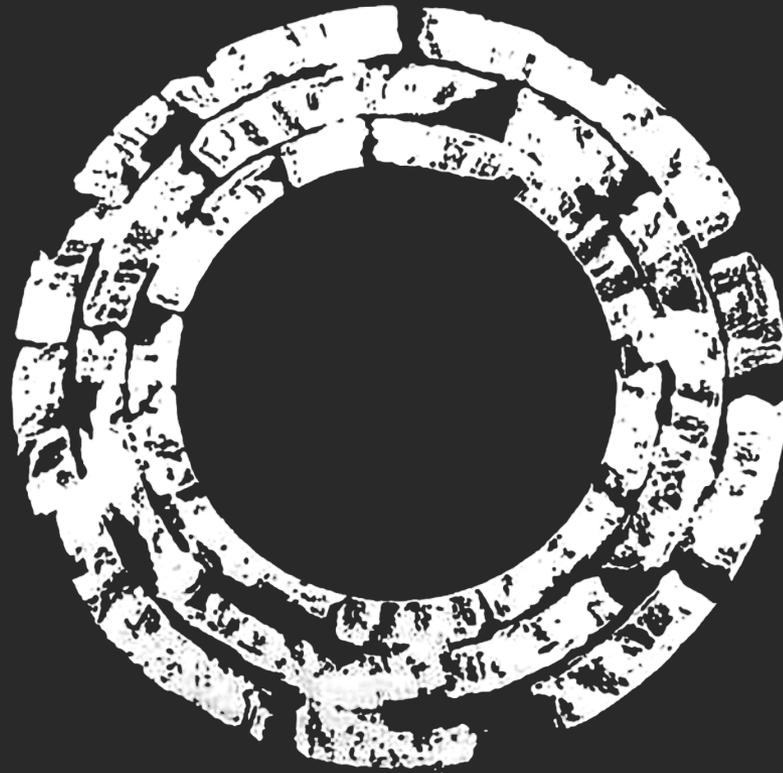
Visuelle Codes, die unsere Botschaften vermitteln

	effektiv	Werte souverän	leidenschaftlich	Vision Unternehmerischer Erfolg ist das Resultat aus individueller Initiative und koordiniertem Zusammenwirken.	Mission Wir lösen den Widerspruch zwischen Eigenverantwortung und gemeinsamem Ziel auf.
Bilder, Ideen, Konzepte, Geschichten					
Farben					
Formen					

Visuelle Codes, die unsere Botschaften vermitteln

	effektiv	Werte souverän	leidenschaftlich	Vision Unternehmerischer Erfolg ist das Resultat aus individueller Initiative und koordiniertem Zusammenwirken.	Mission Wir lösen den Widerspruch zwischen Eigenverantwortung und gemeinsamem Ziel auf.	
Bilder, Ideen, Konzepte, Geschichten						
Farben		<div data-bbox="556 425 1392 1243" style="border: 2px solid yellow; border-radius: 50%; padding: 20px; text-align: center;"> <h2 style="color: yellow;">Diese Codes führen uns zu unseren Reisestationen</h2> </div>				
Formen						

Der Ring



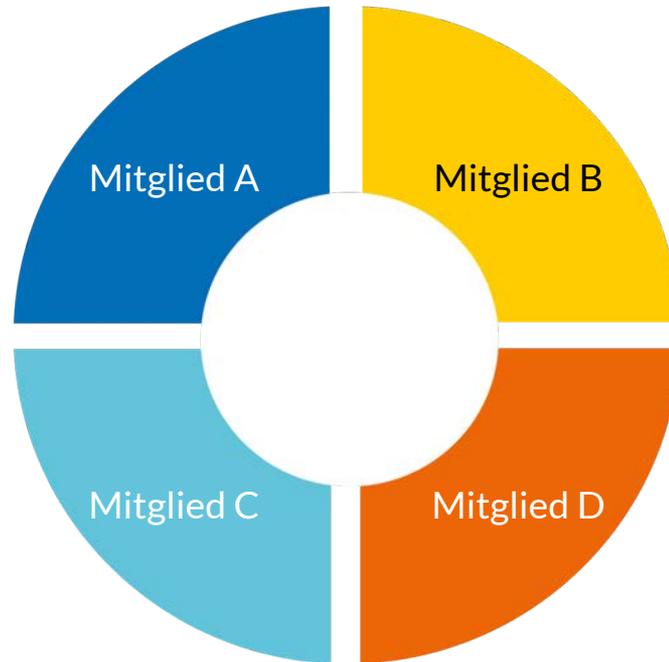
Die Idee: Reise



Aber auch:



Starke Partner...



...miteinander verwoben



... wird verdichtet...



... und betritt den Raum (3D-Look).



Das ganze Logo



DEUTSCHER
REISING

Das ganze Logo - auch in der flachen Version und in Schwarzweiss



Die Visitenkarte



**DEUTSCHER
REISING**

Deutscher Reising e.V.

Peter Beyer
Vorstand

Fanny-Zobel-Str. 11 - In den TwinTowers
12435 Berlin

Telefon.: 030/50 01 24 50
Telefax: 030/50 01 24 52
E-Mail: info@reising.de

MIT UNS GANZ OBEN ANKOMMEN.



DEUTSCHER REISING

LUFT NACH OBEN

Wir feiern eine Schnapszahl. Das exklusive fvw Dossier Deutscher Reisevertrieb erscheint in diesem Jahr zum 33. Mal. Da freuen wir uns natürlich besonders, dass wir dem deutschen Reisevertrieb zumindest ein mageres Plus attestieren können. Somit legen die Reisebüros im vierten Jahr in Folge beim Umsatz zu. Die Geschäftsreiseketten können keine Sektorkorknallen lassen. Sie müssen sich mit stagnierenden Umsätzen zufriedengeben und versuchen, daraus das Beste zu machen. Hingegen glänzen die Online-Portale mit überdurchschnittlichen Wachstumsraten. Das klingt gut, aber die klassischen Webvermittler müssen mehr und mehr gegen eine härte Konkurrenz von Leistungsträgern und neuen Anbietern ankämpfen, die in den Markt drängen. Wie sich der stationäre Vertrieb und die Online-Fraktion geschlagen haben, lesen Sie auf kompakten 24 Seiten.



Ira Lanz

Dirk Rühl

INHALT

- 4 Analyse
- 6 Ketten und Franchise
- 10 Tabelle: Ranking Reisebüros
- 12 Tabelle: Reisebüro-Markten von D2B Touristik, TUI, Thomas Cook
- 14 Geschäftsreise
- 16 Online-Portale
- 18 Tabelle: Ranking Online-Portale
- 20 Reisebüro-Kooperationen
- 22 Tabelle: Ranking Kooperationen

fvw IMPRESSUM

Verantwortliche Redakteure: Ira Lanz, Dirk Rühl
Wissenschaftliche Redakteur: Thomas Cook
Korrespondent: Thomas Cook
Lektorat: Birgit Kroll
Bilder: Axel Grottel/Photo.com
Nachdruck ist mit schriftlicher Genehmigung des fvwschwermetallvertriebs.de
Kontakt: fvwschwermetallvertrieb.de
E-Mail: fvwschwermetallvertrieb.de
Telefon: 030 50 01 24 50

DIE METHODIK DES FVW DOSSIERS

➔ **WOHER STAMMEN DIE ZAHLEN?** Sie werden anhand eines detaillierten Fragebogens erhoben. Zudem arbeitet die fvw mit Sachverständigen, basierend auf vertraulichen Infos und Expertenmeinungen

➔ **WER NENNT KEINE ZAHLEN?** TUI und Thomas Cook geben unter Verweis auf die börslichen Mütter nur begrenzte Zahlen für den deutschen Markt. Bei vielen Online-Büros (etwa Expedia, Unistat, Lastminute.com) haben wir geschätzt. Die Allianz Erla Touristik 2000 nennt keine Zahlen. Mitglieder sind Reisebüro Hebbel (22 Filialen), Reisebüro Blum



DEUTSCHER REISING
Deutscher Reising e.V.
Peter Beyer
Vorstand
Fanny-Zobel-Str. 11 - In den TwinTowers
12435 Berlin
Telefon: 030/50 01 24 50
Telefax: 030/50 01 24 52
E-Mail: info@reising.de

NEWS-TICKER-NEWS-TICKER-NEWS-TICKER-NEWS-NEWS-TICKER-NEWS-TICKER-NEWS-TICKER-NEWS-TICKER KW 37 - david@Client

Daten | Bearbeiten | Aktionen | Hilfe

Allen antworten | LiveComments | Weiterleiten | Finden

NEWS-TICKER-NEWS-TICKER-NEWS-TICKER-NEWS-NEWS-TICKER-NEWS-TICKER-NEWS-TICKER KW 37 14:22 11.09.2015

Von: Deutscher Reising e.V. Nicht digital signiert
An: vorstaende@reising.de



NEWTICKER

Sehr geehrte Kolleginnen & Kollegen, liebe Mitglieder,
hier die Neuigkeiten der Woche:

COMING SOON

Man kann ja glücklicherweise den Winter erst erahnen - dennoch macht es den Meisten schon mehr Spaß, sich mit dem Sommer zu beschäftigen! Das können Sie bald auch wieder tun: **Unser Sommerstartmailing geht in die nächste Runde!** Informieren Sie Ihre Kunden oder diejenigen, die es noch werden sollen, über das Eintreffen der neuen Kataloge! Wir haben wieder eine Vielzahl von tollen Angeboten unserer Vertriebspartner in einem Angebotshft vereint und können Sie so optimal zur Sommersaison 2016 unterstützen.



Demnächst erhalten alle Büros Ihr persönliches Ansichtsexemplar und die Details zum **Sommerstartmailing 2016 - "Sommer Sonne satt"**.

PRESSE

Gern informieren wir Sie an dieser Stelle über die jüngst veröffentlichten Pressemitteilungen der Aktionen bzw. Veranstaltungen des "Deutscher Reising e.V.". Wir freuen uns, eine solche Resonanz zu erfahren.



[Hier](#) geht es zu den einzelnen Veröffentlichungen.

Im Verbund mit Partnern (Cobranding)

support

Datenbank v... vel CMS

€ 109,-*

- Zuberungstool
- Sabre Subagenturmanager (SAM)
- Online Reisebüro Basis
- Extranet
- Helpdesk Support

€ 59,-

* Reduzierung auf € 59,- durch Rückvergütung von € 1,- pro touristischer Buchung bis max. 50 Buchungen. Alle genannten Preise verstehen sich zzgl. der gesetzlichen MwSt.
** Enthält: Verwaltung von Buchungsvorgängen und Kundenadressen, zentraler Zugriff auf alle wichtigen Systeme ohne zusätzliche Login-Daten, Umsatzauswertungen nach Reise- und Buchungsdatum.

Sprechen Sie uns an. Wir beraten Sie gerne für Ihre optimal abgestimmte Lösung.

DER Touristik Partner-Service GmbH & Co. KG · Humboldtstr. 140 · D-51149 Köln
Tel.: 02203 42-2361 · Fax: 02203 42-2366 · dtps-info@der-touristik.com



Gemeinsam sind wir stark

Auf einen Blick: Der Entwurf „Ring“



3D-Logo (Screen und Druckerzeugnisse)



Flat-Logo (Druckerzeugnisse mit schwierigen Produktionsbedingungen, z.B. Folienschnitt)



SW-Logo (Prägungen, Stanzungen, Lasergravur)

HAMBURGEFONTS
HAMBURGEFONTS
HAMBURGEFONTS

Headlineschriften: Exo-Light, -Demibold und -Bold

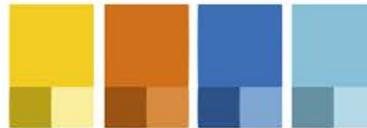
Hamburgefonts
Hamburgefonts
Hamburgefonts

Textschriften: Exo-Regular, -Bold und -Italic (Auszeichnungen)

Sekundäre
 Designelemente



Primär-Farbkanon



Sekundär-Farbkanon

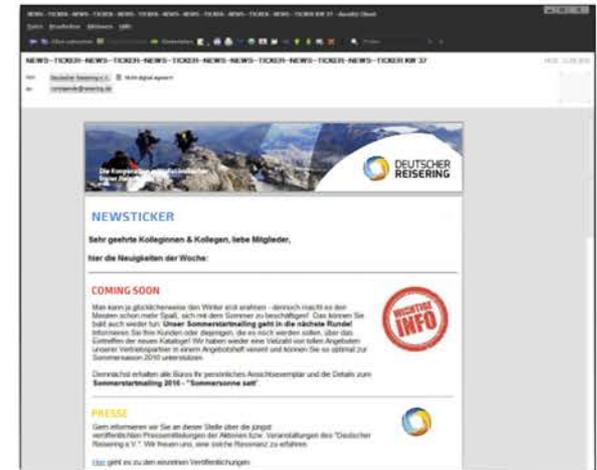
Cobranding



Fiktive Anzeige



Visitenkarte



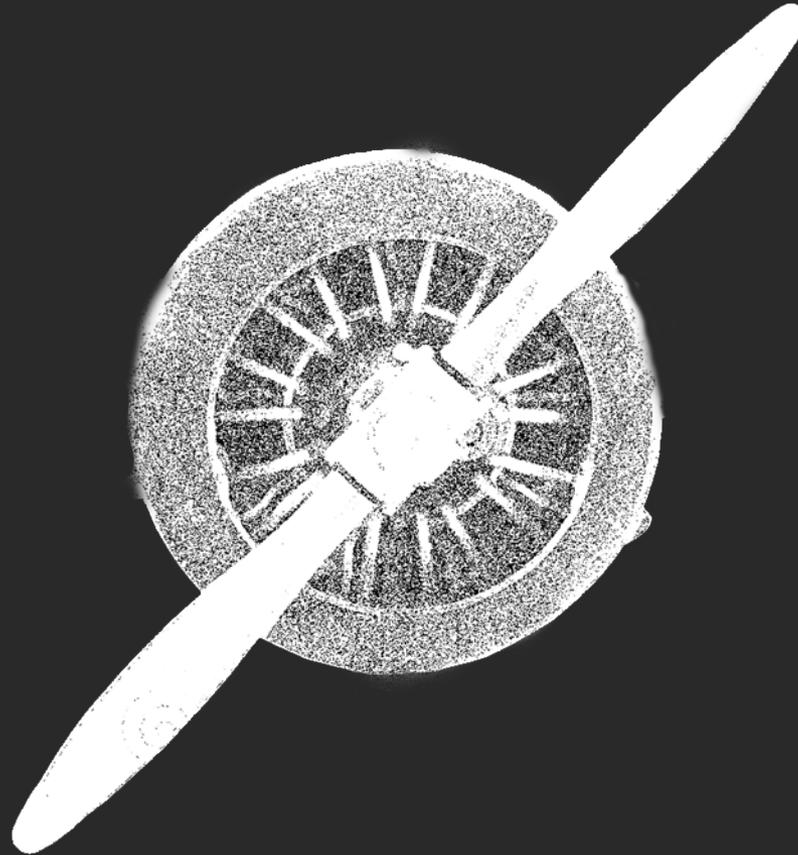
Newsletter



Diese Codes werden mit der Idee „Ring“ getriggert

	effektiv	Werte souverän	leidenschaftlich	Vision Unternehmerischer Erfolg ist das Resultat aus individueller Initiative und koordiniertem Zusammenwirken.	Mission Wir lösen den Widerspruch zwischen Eigenverantwortung und gemeinsamem Ziel auf.
Bilder, Ideen, Konzepte, Geschichten					
Farben					
Formen					

Airforce



Über den Wolken zu sein...



... bedeutet zu Reisen.



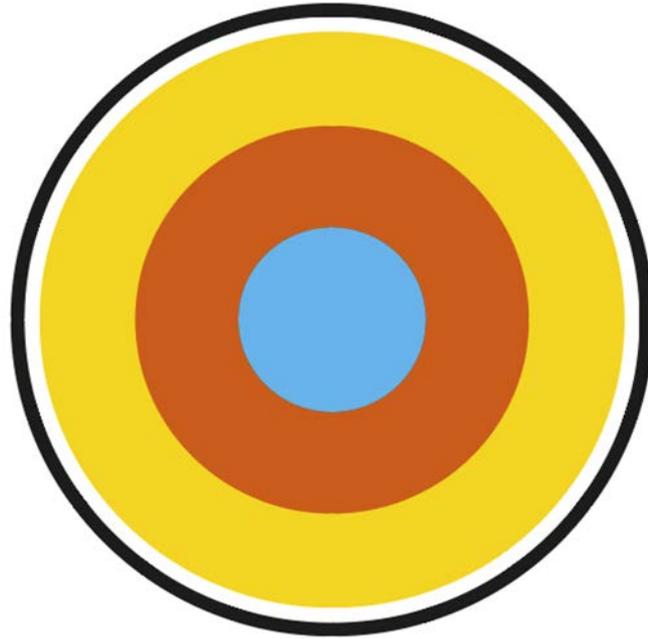
Und damit ist ein klassischer „Look“ verbunden.



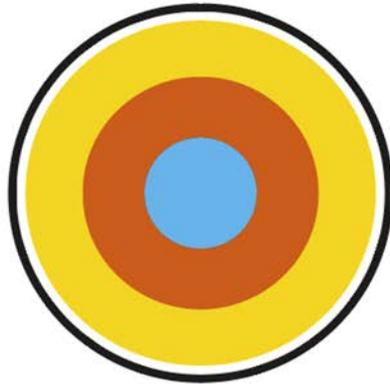
Und damit ist ein klassischer „Look“ verbunden.



Das Bildzeichen

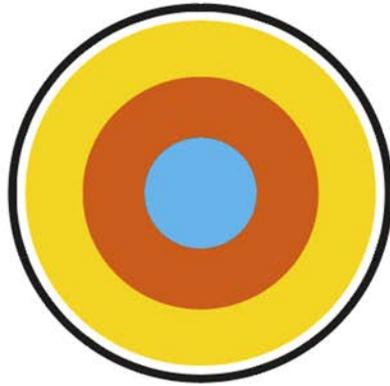


Das komplette Logo

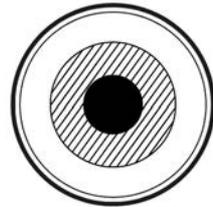


DEUTSCHER
REISERING

Auch in Schwarzweiß



DEUTSCHER
REISING



DEUTSCHER
REISING

Die Visitenkarte



WELCOME ON BOARD

5% Einstiegsvorteil bis 10. Oktober 2015



MIT UNS SIND SIE IMMER FIRST-CLASS UNTERWEGS



DEUTSCHER REISING

LUFT NACH OBEN

Wir feiern eine Schnapszahl. Das exklusive fvw Dossier Deutscher Reisevertrieb erscheint in diesem Jahr zum 33. Mal. Da freuen wir uns natürlich besonders, dass wir dem deutschen Reisevertrieb zumindest ein mageres Plus attestieren können. Somit legen die Reisebüros im vierten Jahr in Folge beim Umsatz zu. Die Geschäftsreiseketten können keine Sektorkorknallen lassen. Sie müssen sich mit stagnierenden Umsätzen zufriedengeben und versuchen, daraus das Beste zu machen. Hingegen glänzen die Online-Portale mit überdurchschnittlichen Wachstumsraten. Das klingt gut, aber die klassischen Webvermittler müssen mehr und mehr gegen eine härte Konkurrenz von Leistungsträgern und neuen Anbietern ankämpfen, die in den Markt drängen. Wie sich der stationäre Vertrieb und die Online-Fraktion geschlagen haben, lesen Sie auf kompakten 24 Seiten.




Ira Lanz Dirk Ragi

INHALT

- 4 Analyse
- 6 Ketten und Franchises
- 10 Tabelle: Ranking Reisebüro-Ketten/Franchise-Systeme
- 12 Tabelle: Reisebüro-Markten von DER Touristik, TUI, Thomas Cook
- 14 Geschäftsreise
- 16 Online-Portale
- 18 Tabelle: Ranking Online-Portale
- 20 Reisebüro-Kooperationen
- 22 Tabelle: Ranking Kooperationen

fvw IMPRESSUM

Verlagsanwaltschaft Deutscher Reisevertrieb, 10117 Berlin, Lützowstr. 11
 Verleger: Fanny Zobel
 Herausgeber: Felix Busch
 Redaktion: Felix Busch
 Gestaltung: Felix Busch
 Druck: Felix Busch
 Vertrieb: Felix Busch
 Kontakt: Felix Busch
 E-Mail: info@reisering.de
 Tel: +49 30 50 12 4 50

DIE METHODIK DES FVW DOSSIERS

- **WOHER STAMMEN DIE ZAHLEN?** Sie werden anhand eines detaillierten Fragebogens erhoben. Zudem arbeitet die fvw mit Schätzungen, basierend auf vertraulichen Infos und Expertenmeinungen
- **WER NENNT KEINE ZAHLEN?** TUI und Thomas Cook geben unter Verweis auf die börslichen Mutter nur begrenzt Zahlen für den deutschen Markt. Bei vielen Online-Büros (etwa Expedia, Unistars, Lastminute.com) haben wir geschätzt. Die Allianz Erla Touristik 2000 nennt keine Zahlen. Mitglieder sind Reisebüro Heibel (12 Filialen), Reisebüro Blum (13 Filialen) und Reiseagentur Meimberg (12 Filialen). Auch STA Travel beteiligt sich nicht. Umsätze und Filialen sind aber bei der Kooperation zu ermitteln. Bei den Business-Ketten Express und Spezialportale sind die Mitarbeiter geschätzt sind.
- **WER IST DER AUFBAU DES DOSSIERS?** Kern sind zwei Haupttabellen der stationären Verbünde. Die erste (S. 10/11) erfasst Ketten und Franchise-Systeme. Die zweite (S. 12/13) erfasst Ketten und Franchise-Systeme. Die dritte (S. 14/15) erfasst Ketten und Franchise-Systeme.



DEUTSCHER REISING

PETER BEYER
Vorstand

Deutscher Reising e.V.
Fanny-Zobel-Str. 11 - In den TwinTowers
12435 Berlin

Telefon: 030/50 01 24 50
Telefax: 030/50 01 24 52
E-Mail: info@reisering.de

NEWS-TICKER-NEWS-TICKER-NEWS-TICKER-NEWS-NEWS-TICKER-NEWS-TICKER-NEWS-TICKER-NEWS-TICKER KW 37 - david@ Client

Datei Bearbeiten Aktionen Hilfe

Allen antworten LiveComments Weiterleiten Finden

NEWS-TICKER-NEWS-TICKER-NEWS-TICKER-NEWS-NEWS-TICKER-NEWS-TICKER-NEWS-TICKER-NEWS-TICKER KW 37 14:22 11.09.2015

Von Deutscher Reising e.V. Nicht digital signiert!

An vorstaende@reising.de



WELCOME ON BOARD

DEUTSCHER REISING

IHR INFOCOCKPIT

Sehr geehrte Kolleginnen & Kollegen, liebe Mitglieder,

hier die Neuigkeiten der Woche:

COMING SOON

Man kann ja glücklicherweise den Winter erst erahnen - dennoch macht es den Meisten schon mehr Spaß, sich mit dem Sommer zu beschäftigen! Das können Sie bald auch wieder tun. **Unser Sommerstartmailing geht in die nächste Runde!** Informieren Sie Ihre Kunden oder diejenigen, die es noch werden sollen, über das Eintreffen der neuen Kataloge! Wir haben wieder eine Vielzahl von tollen Angeboten unserer Vertriebspartner in einem Angebotshft vereint und können Sie so optimal zur Sommersaison 2016 unterstützen.

Demnächst erhalten alle Büros Ihr persönliches Ansichtsexemplar und die Details zum **Sommerstartmailing 2016 - "Sommer Sonne satt"**.

PRESSE

Gern informieren wir Sie an dieser Stelle über die jüngst veröffentlichten Pressemitteilungen der Aktionen bzw. Veranstaltungen des "Deutscher Reising e.V.". Wir freuen uns, eine solche Resonanz zu erfahren.

[Hier](#) geht es zu den einzelnen Veröffentlichungen.



Im Verbund mit Partnern (Cobranding)

Support

€ 109,-*

- Zuberlingstool
- Sabre Subagenturmanager (SAM)
- Online Reisebüro Basis
- Extranet
- Helpdesk Support

€ 59,-

datenbank v... el CMS

* Reduzierung auf € 59,- durch Rückvergütung von € 1,- pro touristischer Buchung bis max. 50 Buchungen. Alle genannten Preise verstehen sich zzgl. der gesetzlichen MwSt.
** Enthält: Verwaltung von Buchungsvorgängen und Kundenadressen, zentraler Zugriff auf alle wichtigen Systeme ohne zusätzliche Login-Daten, Umsatzauswertungen nach Reise- und Buchungsdatum.

Sprechen Sie uns an. Wir beraten Sie gerne für Ihre optimal abgestimmte Lösung.

DER Touristik Partner-Service GmbH & Co. KG · Humboldtstr. 140 · D-51149 Köln
Tel.: 02203 42-2361 · Fax: 02203 42-2366 · dtps-info@dertouristik.com

DER
Touristik
Partner-Service

Gemeinsam sind wir stark

Auf einen Blick: Der Entwurf „Airforce“



Favicon 

1x Logo für alle Medien Screen und Print



SW-Logo (Prägungen, Stanzungen, Lasergravur)

HAMBURGEFONTS
HAMBURGEFONTS
HAMBURGEFONTS
HAMBURGEFONTS

Labelement
(Layoutprinzip)

Headlineschriften: Raleway-Light, -Regular, -Bold und -Heavy

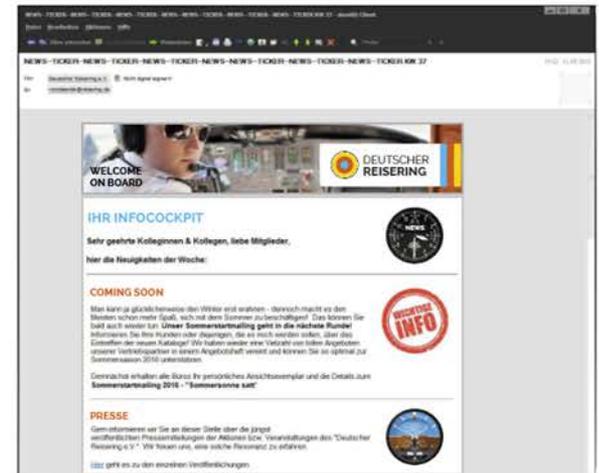
Hamburgefons
Hamburgefons
Hamburgefons

Drei Markenfarben

Textschriften: Raleway-Light, -Regular und -Bold



Visitenkarte



Newsletter

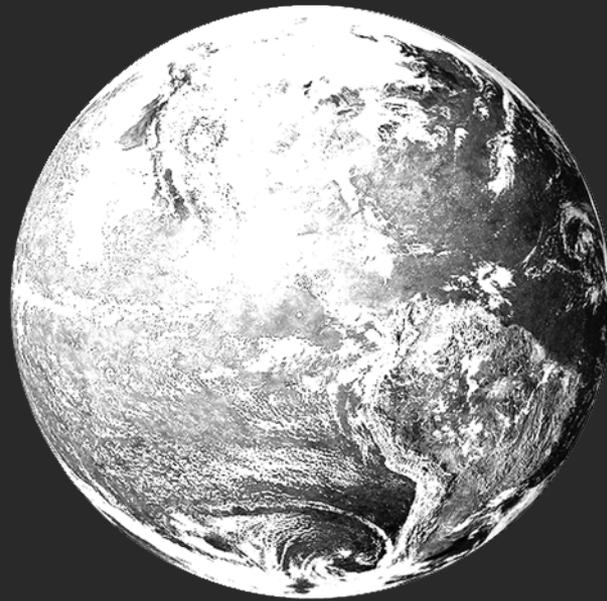


Cobranding

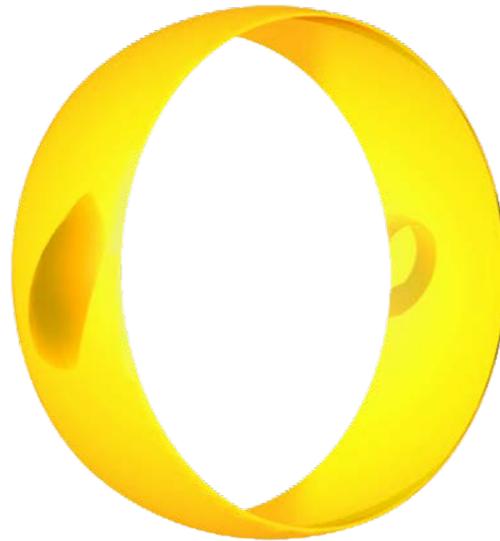
Diese Codes werden mit der Idee „Airforce“ getriggert

	effektiv	Werte souverän	leidenschaftlich	Vision Unternehmerischer Erfolg ist das Resultat aus individueller Initiative und koordiniertem Zusammenwirken.	Mission Wir lösen den Widerspruch zwischen Eigenverantwortung und gemeinsamem Ziel auf.
Bilder, Ideen, Konzepte, Geschichten					
Farben					
Formen					

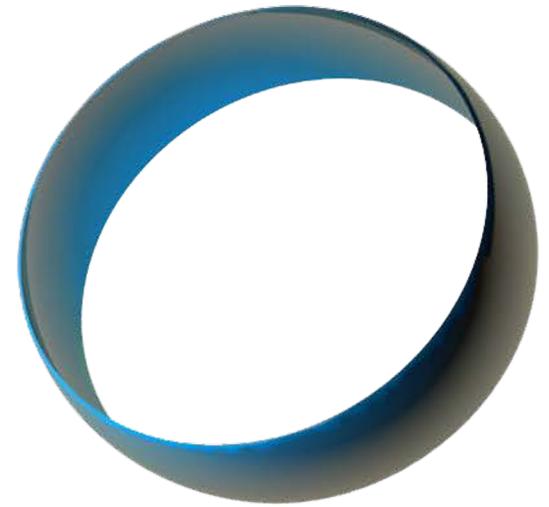
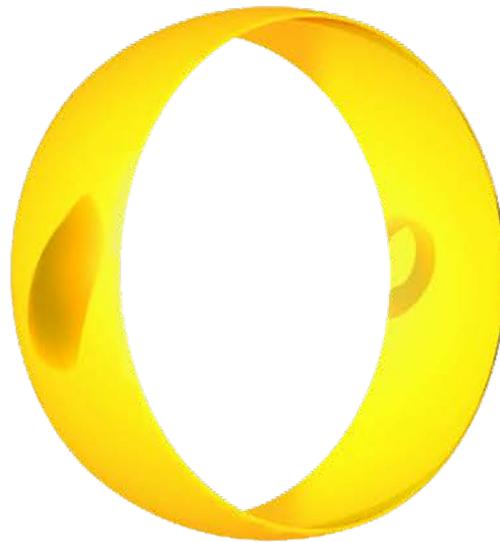
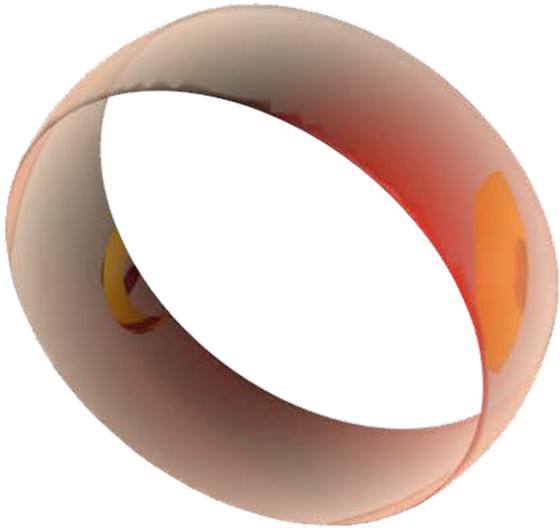
World



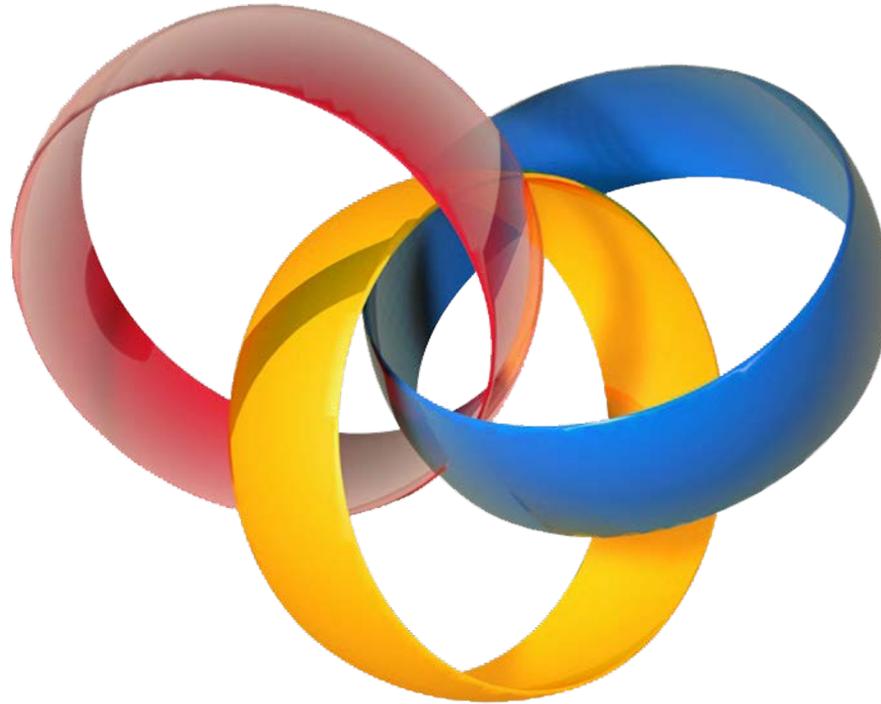
Der Ring - Symbol für Souveränität und Stabilität



Drei Ringe – drei starke Individualisten



Kräfte, die sich vereinigen



Zu einer Welt – das Bildzeichen



Das komplette Logo

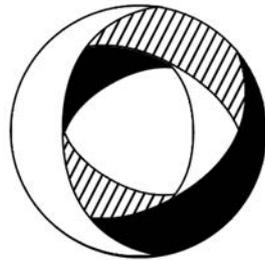


DEUTSCHER
REISERING

Auch in Schwarzweiß



DEUTSCHER
REISING



DEUTSCHER
REISING

Die Visitenkarte



MIT UNS GANZ OBEN ANKOMMEN.

LUFT NACH OBEN

Wir feiern eine Schnapszahl. Das exklusive fvw Dossier Deutscher Reisevertrieb erscheint in diesem Jahr zum 33. Mal. Da freuen wir uns natürlich besonders, dass wir dem deutschen Reisevertrieb zumindest ein mageres Plus attestieren können. Somit legen die Reisebüros im vierten Jahr in Folge beim Umsatz zu. Die Geschäftsreiseketten können keine Sektorkennzahlen lassen. Sie müssen sich mit stagnierenden Umsätzen zufriedengeben und versuchen, daraus das Beste zu machen. Hingegen glänzen die Online-Portale mit überdurchschnittlichen Wachstumsraten. Das klingt gut, aber die klassischen Webvermittler müssen mehr und mehr gegen eine härte Konkurrenz von Leistungsträgern und neuen Anbietern ankämpfen, die in den Markt drängen. Wie sich der stationäre Vertrieb und die Online-Fraktion geschlagen haben, lesen Sie auf kompakten 24 Seiten.



Ira Lanz

Dirk Hagl

INHALT

- 4 Analyse
- 6 Ketten und Franchise
- 10 Tabelle: Ranking Reisebüros
- 12 Tabelle: Reisebüro-Markten von DER Touristik, TUI, Thomas Cook
- 14 Geschäftsreise
- 16 Online-Portale
- 18 Tabelle: Ranking Online-Portale
- 20 Reisebüro-Kooperationen
- 22 Tabelle: Ranking Kooperationen

fvw IMPRESSUM

Verlagsleitung: Petra Beyer, fvw
 Herausgeber: fvw
 Redaktion: Dirk Hagl, Ira Lanz
 Gestaltung: fvw
 Druck: fvw
 Vertrieb: fvw
 Kontakt: fvw

DIE METHODIK DES FVV DOSSIERS

- **WOHER STAMMEN DIE ZAHLEN?** Sie werden anhand eines detaillierten Fragebogens erhoben. Zudem arbeitet die fvw mit Schätzungen, basierend auf vertraulichen Infos und Expertenmeinungen
- **WER NENNT KEINE ZAHLEN?** TUI und Thomas Cook geben unter Verweis auf die börslichen Mütter nur begrenzte Zahlen für den deutschen Markt. Bei vielen Online-Büros (etwa Expedia, Unistars, Lastminute.com) haben wir geschätzt. Die Allianz Erla Touristik 2000 nennt keine Zahlen. Mitglieder sind Reisebüro Heibel (22 Filialen), Reisebüro Blum (13 Filialen) und Reiseagentur Meimberg (12 Filialen). Auch STA Travel beteiligt sich nicht. Umsätze und Filialen sind aber bei der Kooperation AER enthalten. Bei den Business-Ketten Express und HYG, Spezialportale, Mietwagen, die nicht eingeschätzt sind, wird
- **WER IST DAS SYSTEM?** Systeme und Kooperationspartner sind Reisebüros mit vermitteltem V
- **WIE IST DER AUFBAU DES DOSSIERS?** Kern sind zwei Haupttabellen der stationären Verbünde. Die erste (S. 10/11) erfasst Ketten und Franchise-Systeme. Dabei rechnen DER Touristik, TUI und

DEUTSCHER REISING

Deutscher Reising e.V.
Peter Beyer
 Vorstand

Fanny-Zobel-Str. 11 - in den TwinTowers
 12435 Berlin

Telefon: 030/50 01 24 50
 Telefax: 030/50 01 24 52
 E-Mail: info@reising.de

NEWS-TICKER-NEWS-TICKER-NEWS-TICKER-NEWS-NEWS-TICKER-NEWS-TICKER-NEWS-TICKER KW 37 - david@Client

Datei Bearbeiten Aktionen Hilfe

Allen antworten LiveComments Weiterleiten Finden

NEWS-TICKER-NEWS-TICKER-NEWS-TICKER-NEWS-NEWS-TICKER-NEWS-TICKER-NEWS-TICKER KW 37 14:22 11.09.2015

Von Deutscher Reising e.V. Nicht digital signiert

An vorstaende@reising.de



NEWTICKER

Sehr geehrte Kolleginnen & Kollegen, liebe Mitglieder,

hier die Neuigkeiten der Woche:

COMING SOON

Man kann ja glücklicherweise den Winter erst erahnen - dennoch macht es den Meisten schon mehr Spaß, sich mit dem Sommer zu beschäftigen! Das können Sie bald auch wieder tun: **Unser Sommerstartmailing geht in die nächste Runde!** Informieren Sie Ihre Kunden oder diejenigen, die es noch werden sollen, über das Eintreffen der neuen Kataloge! Wir haben wieder eine Vielzahl von tollen Angeboten unserer Vertriebspartner in einem Angebotsheft vereint und können Sie so optimal zur Sommersaison 2016 unterstützen.



Demnächst erhalten alle Büros Ihr persönliches Ansichtsexemplar und die Details zum **Sommerstartmailing 2016 - "Sommer Sonne satt"**.

PRESSE

Gern informieren wir Sie an dieser Stelle über die jüngst veröffentlichten Pressemitteilungen der Aktionen bzw. Veranstaltungen des "Deutscher Reising e.V.". Wir freuen uns, eine solche Resonanz zu erfahren.



[Hier](#) geht es zu den einzelnen Veröffentlichungen.

Im Verbund mit Partnern (Cobranding)

datenbank v... el CMS

Support

€ 109,-*

- Zuberlingstool
- Sabre Subagenturmanager (SAM)
- Online Reisebüro Basis
- Extranet
- Helpdesk Support

€ 59,-

* Reduzierung auf € 59,- durch Rückvergütung von € 1,- pro touristischer Buchung bis max. 50 Buchungen. Alle genannten Preise verstehen sich zzgl. der gesetzlichen MwSt.
** Enthält: Verwaltung von Buchungsvorgängen und Kundenadressen, zentraler Zugriff auf alle wichtigen Systeme ohne zusätzliche Login-Daten, Umsatzauswertungen nach Reise- und Buchungsdatum.

Sprechen Sie uns an. Wir beraten Sie gerne für Ihre optimal abgestimmte Lösung.

DER Touristik Partner-Service GmbH & Co. KG · Humboldtstr. 140 · D-51149 Köln
Tel.: 02203 42-2361 · Fax: 02203 42-2366 · dtps-info@dertouristik.com

DER
Touristik
Partner-Service

Gemeinsam sind wir stark

Auf einen Blick: Der Entwurf „World“



3D-Logo (Screen und Druckerzeugnisse)

Favicon



Flat-Logo (Druckerzeugnisse mit schwierigen Produktionsbedingungen, z.B. Folienschnitt)



SW-Logo (Prägungen, Stanzungen, Lasergravur)

HAMBURGEFONTS
HAMBURGEFONTS
HAMBURGEFONTS

Headlineschriften: Exo-Light, -Demibold und -Bold

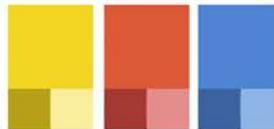
Hamburgefonts
Hamburgefonts
Hamburgefonts

Textschriften: Exo-Regular, -Bold und -Italic (Auszeichnungen)

Sekundäre
 Designelemente



Primär-Farbkanon



Sekundär-Farbkanon



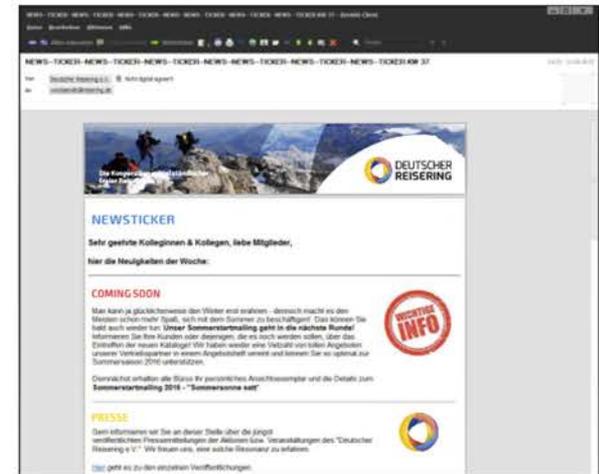
Cobranding



Fiktive Anzeige



Visitenkarte



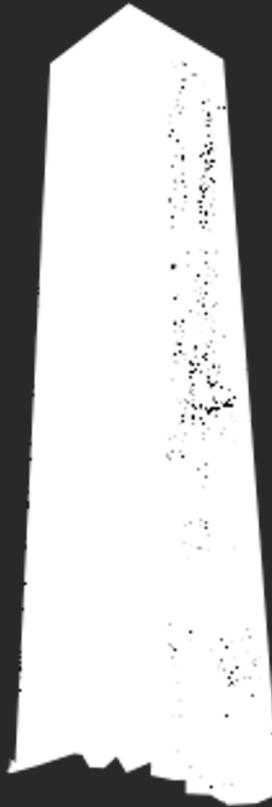
Newsletter



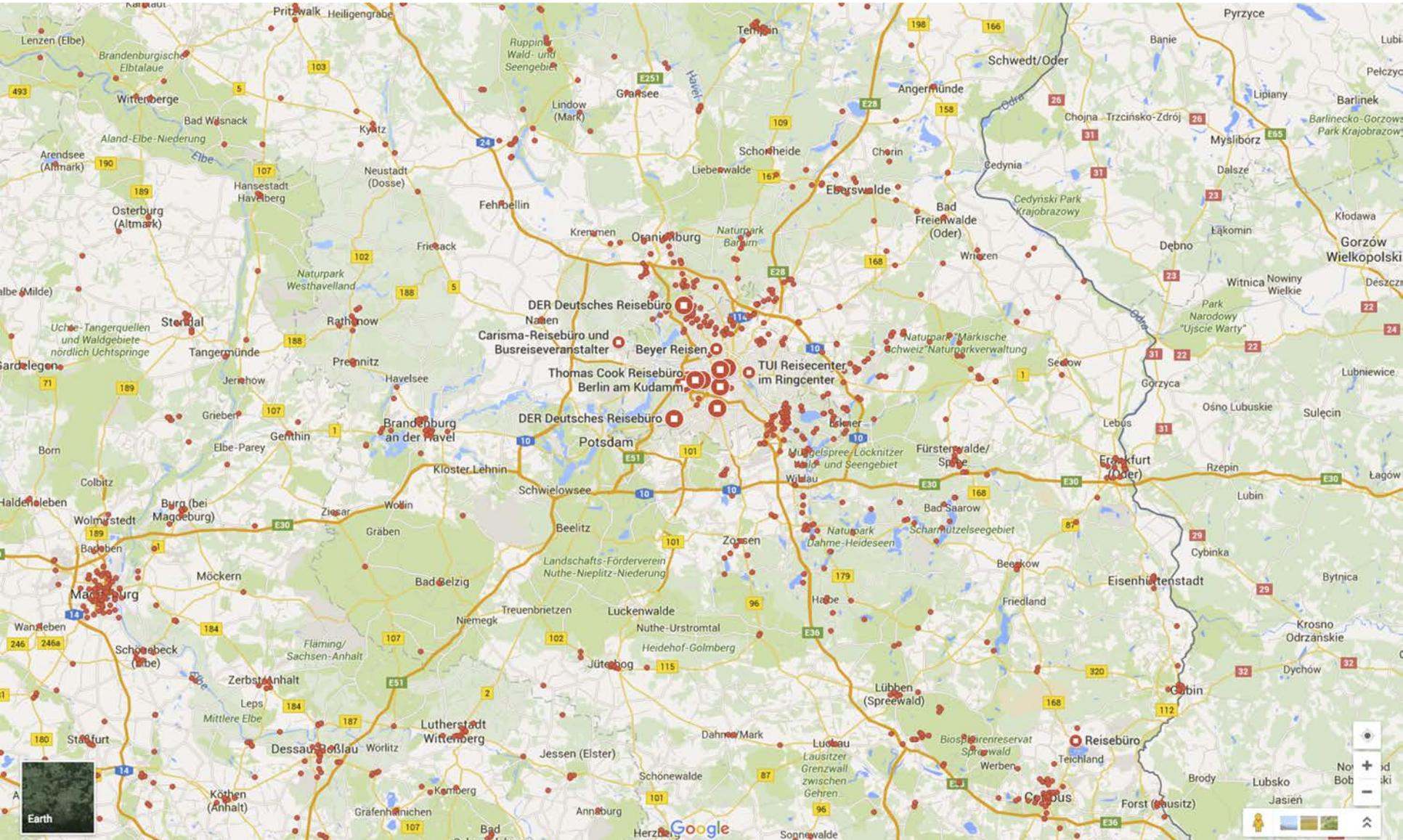
Diese Codes werden mit der Idee „World“ getriggert

	effektiv	Werte souverän	leidenschaftlich	Vision Unternehmerischer Erfolg ist das Resultat aus individueller Initiative und koordiniertem Zusammenwirken.	Mission Wir lösen den Widerspruch zwischen Eigenverantwortung und gemeinsamem Ziel auf.
Bilder, Ideen, Konzepte, Geschichten				 	
Farben					
Formen					

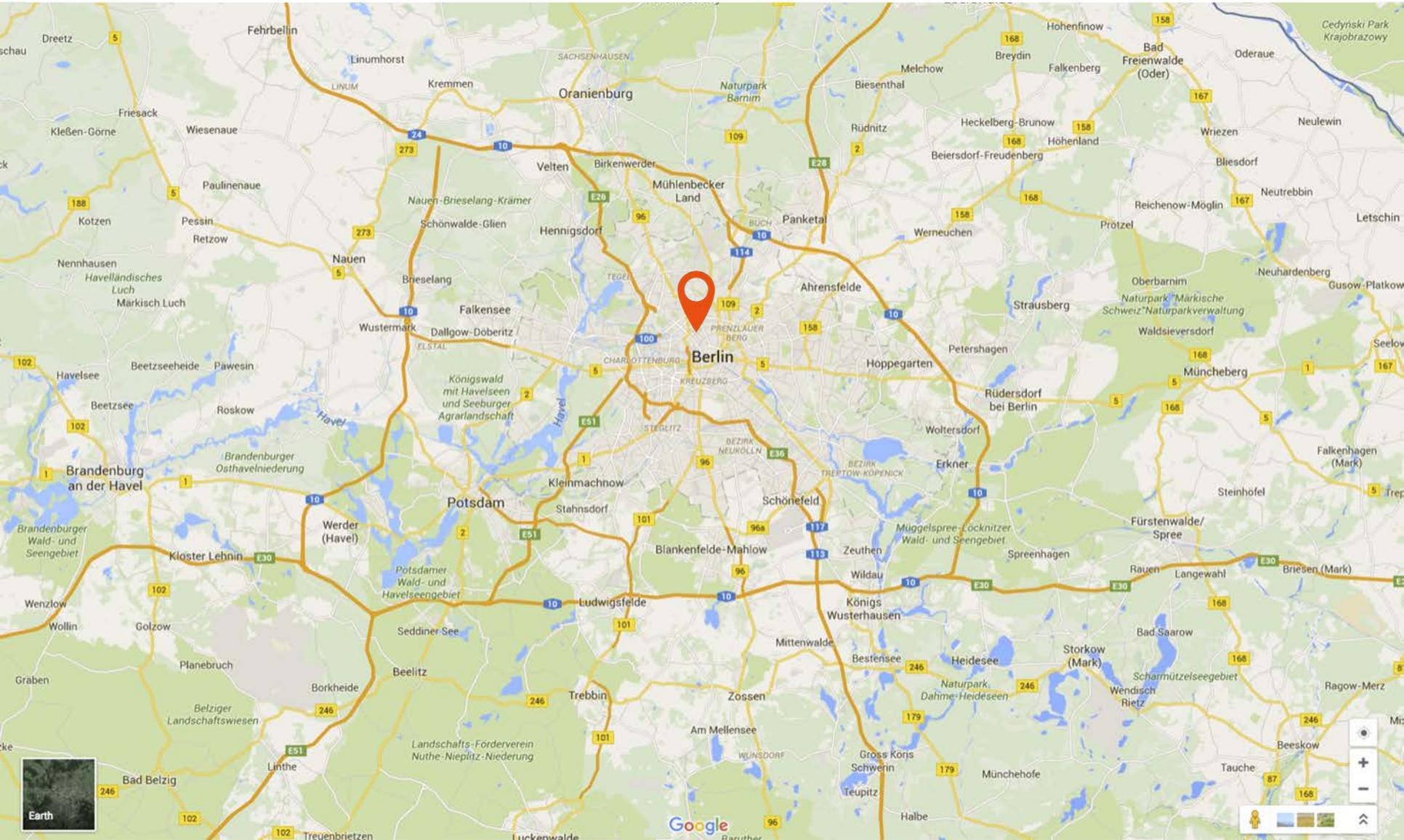
Landmarke



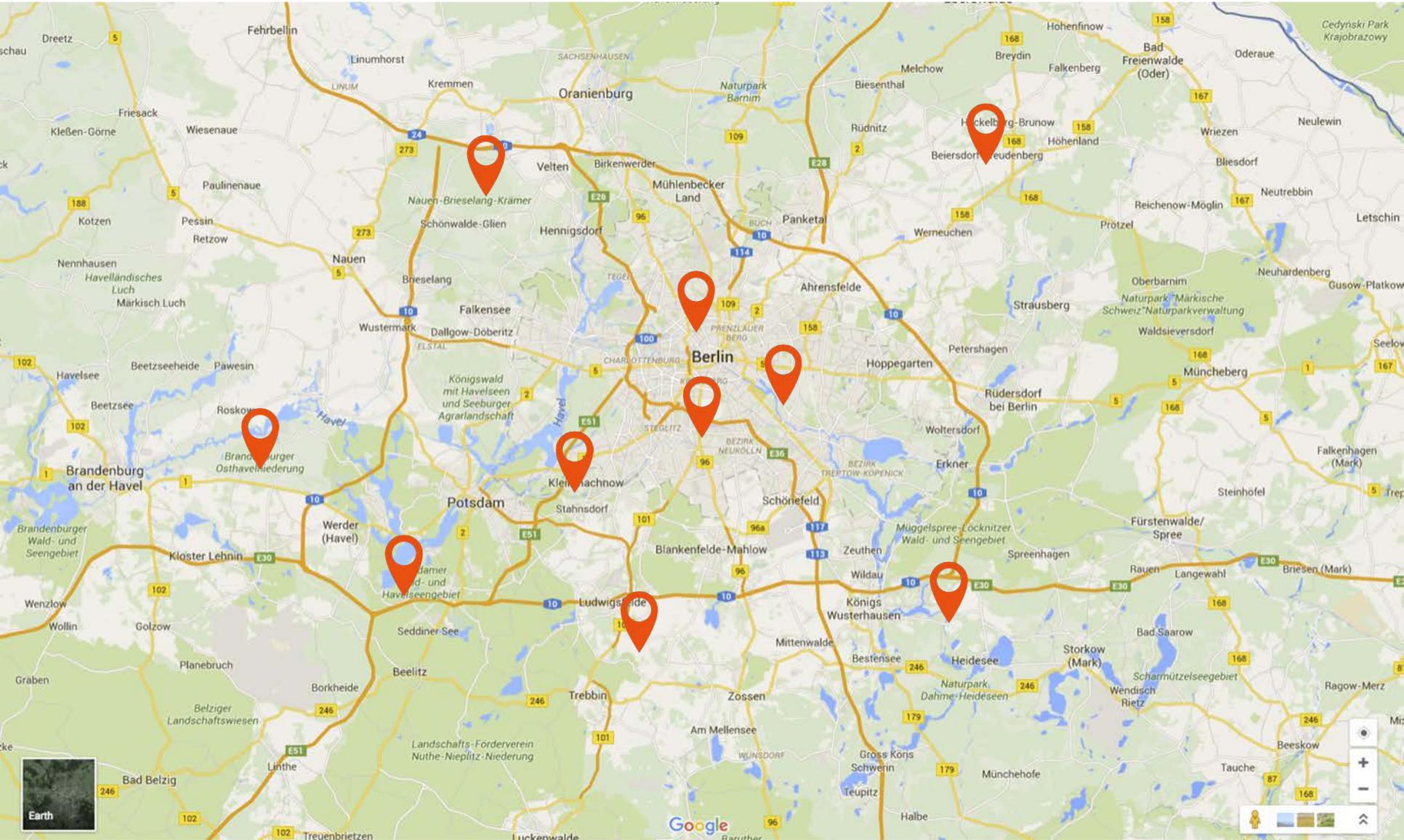
Die Idee: Reisebüros gibt es viele...



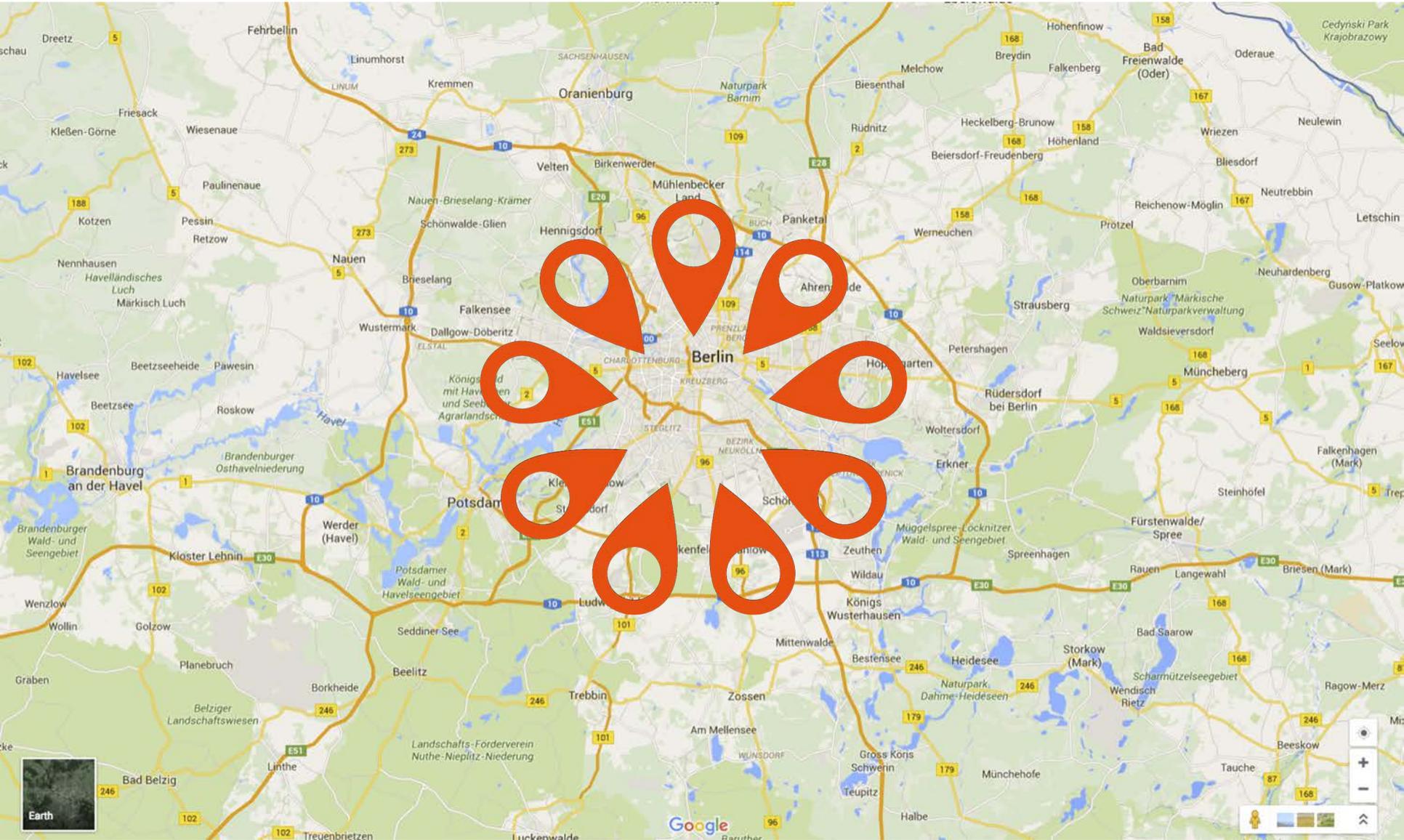
...jedes Einzelne...



...ist etwas Besonderes.



Und gemeinsam sind sie etwas noch Besonderes





DEUTSCHER
REISERING



Die Visitenkarte





MIT UNS
ANS ZIEL
KOMMEN

+5%
UMSATZ



DEUTSCHER
REISING

LUFT NACH OBEN

Wir feiern eine Schnapszahl. Das exklusive fvw Dossier Deutscher Reisevertrieb erscheint in diesem Jahr zum 33. Mal. Da freuen wir uns natürlich besonders, dass wir dem deutschen Reisevertrieb zumindest ein mageres Plus attestieren können. Somit legen die Reisebüros im vierten Jahr in Folge beim Umsatz zu. Die Geschäftsreiseketten können keine Sektorkorken knallen lassen. Sie müssen sich mit stagnierenden Umsätzen zufriedengeben und versuchen, daraus das Beste zu machen. Hingegen glänzen die Online-Portale mit überdurchschnittlichen Wachstumsraten. Das klingt gut, aber die klassischen Webvermittler müssen mehr und mehr gegen eine härte Konkurrenz von Leistungsträgern und neuen Anbietern ankämpfen, die in den Markt drängen. Wie sich der stationäre Vertrieb und die Online-Fraktion geschlagen haben, lesen Sie auf kompakten 24 Seiten.



Ira Lahn

Dirk Ragi

DIE METHODIK DES FVW DOSSIERS

➔ **WOHER STAMMEN DIE ZAHLEN?** Sie werden anhand eines detaillierten Fragebogens erhoben. Zudem arbeitet die fvw mit Schätzungen, basierend auf vertraulichen Infos und Expertenmeinungen.

➔ **WER NENNT KEINE ZAHLEN?** TUI und Thomas Cook geben unter Verweis auf die britischen Mütter nur begrenzt Zahlen für den deutschen Markt. Bei vielen Online-Büros (etwa Expedia, Unistars, Lastminute.com) haben wir geschätzt. Die Allianz Era Touristik 2000 nennt keine Zahlen. Mitglieder sind Reisebüro Hebbel (2 Filialen), Reisebüro Blum (3

Filialen) und Reiseagentur Meimberg (2 Filialen). Auch STA Travel beteiligt sich nicht. Umsätze und Filialen sind aber bei der Kooperation AER enthalten. Bei den Busunternehmen sind die Zahlen ebenfalls enthalten.

➔ **WIE IST DER AUFBAU DES DOSSIERS?** Kerns sind zwei Haupttabellen der stationären Verbünde. Die erste (S. 10/11) erfasst Ketten und Franchise-Systeme. Dabei rechnen DER Touristik, TUI und Thomas Cook ihre Kooperationen zum

INHALT

- 4 Analyse
- 6 Ketten und Franchise
- 10 Tabelle: Ranking Reisebüros
- 12 Tabelle: Ranking Franchise-Systeme
- 14 Geschäftsreise
- 16 Online-Portale
- 18 Tabelle: Ranking Online-Portale
- 20 Reisebüro-Kooperationen
- 22 Tabelle: Ranking Kooperationen

fvw IMPRESSUM

Verantwortliche Redakteur: Ira Lahn, Dirk Ragi
 Mitarbeiter: Julia Berta
 www.fvw.de
 Druck: Dr. Jochen
 Verlag: Axel Springer
 Gestaltung: Axel Springer
 Foto: Axel Springer
 Copyright: Axel Springer
 Alle Rechte vorbehalten.

Peter Beyer
Vorstand

Fanny-Zobel-Str. 11 - in den TwinTowers
12435 Berlin

Telefon: 030/50 01 24 50
 Telefax: 030/50 01 24 52
 E-Mail: info@reising.de



Deutscher Reising e.V.

NEWS-TICKER-NEWS-TICKER-NEWS-TICKER-NEWS-TICKER-NEWS-TICKER-NEWS-TICKER-NEWS-TICKER-NEWS-TICKER KW 37 - david@Client

Daten Bearbeiten Aktionen Hilfe

Allen antworten LiveComments Weiterleiten Finden

NEWS-TICKER-NEWS-TICKER-NEWS-TICKER-NEWS-TICKER-NEWS-TICKER-NEWS-TICKER-NEWS-TICKER-NEWS-TICKER KW 37 14:22 11.09.2015

Von Deutscher Reising e.V. Nicht digital signiert

An vorstaende@reising.de



NEWTICKER

Sehr geehrte Kolleginnen & Kollegen, liebe Mitglieder,

hier die Neuigkeiten der Woche:

COMING SOON

Man kann ja glücklicherweise den Winter erst erahnen - dennoch macht es den Meisten schon mehr Spaß, sich mit dem Sommer zu beschäftigen! Das können Sie bald auch wieder tun. **Unser Sommerstartmailing geht in die nächste Runde!** Informieren Sie Ihre Kunden oder diejenigen, die es noch werden sollen, über das Eintreffen der neuen Kataloge! Wir haben wieder eine Vielzahl von tollen Angeboten unserer Vertriebspartner in einem Angebotsheft vereint und können Sie so optimal zur Sommersaison 2016 unterstützen.



Demnächst erhalten alle Büros Ihr persönliches Ansichtsexemplar und die Details zum **Sommerstartmailing 2016 - "Sommersonne satt"**.

PRESSE

Gern informieren wir Sie an dieser Stelle über die jüngst veröffentlichten Pressemitteilungen der Aktionen bzw. Veranstaltungen des "Deutscher Reising e.V.". Wir freuen uns, eine solche Resonanz zu erfahren.

[Hier](#) geht es zu den einzelnen Veröffentlichungen.

Im Verbund mit Partnern (Cobranding)

datenbank v... el CMS

Support

€ 109,-*

- Zuberlingstool
- Sabre Subagenturmanager (SAM)
- Online Reisebüro Basis
- Extranet
- Helpdesk Support

€ 59,-

* Reduzierung auf € 59,- durch Rückvergütung von € 1,- pro touristischer Buchung bis max. 50 Buchungen. Alle genannten Preise verstehen sich zzgl. der gesetzlichen MwSt.
** Enthält: Verwaltung von Buchungsvorgängen und Kundenadressen, zentraler Zugriff auf alle wichtigen Systeme ohne zusätzliche Login-Daten, Umsatzauswertungen nach Reise- und Buchungsdatum.

Sprechen Sie uns an. Wir beraten Sie gerne für Ihre optimal abgestimmte Lösung.

DER Touristik Partner-Service GmbH & Co. KG · Humboldtstr. 140 · D-51149 Köln
Tel.: 02203 42-2361 · Fax: 02203 42-2366 · dtps-info@dertouristik.com

DER
Touristik
Partner-Service

Gemeinsam sind wir stark

Diese Codes werden mit der Idee „Landmarke“ getriggert

	effektiv	Werte souverän	leidenschaftlich	Vision Unternehmerischer Erfolg ist das Resultat aus individueller Initiative und koordiniertem Zusammenwirken.	Mission Wir lösen den Widerspruch zwischen Eigenverantwortung und gemeinsamem Ziel auf.
Bilder, Ideen, Konzepte, Geschichten					
Farben					
Formen					

Im Überblick



- souveräner Auftritt mit Typik
- wertiges, stabiles Bildzeichen ("Cartier-Ring")
- Individualität und Zusammenwirken zum Ausdruck bringend, Eigendynamik der Einzelemente und doch gemeinsame Richtung
- hohes Differenzierungspotential in der Branche
- touristischer Stallgeruch
- gelb als Zitat der alten Marke

- prägnanter Auftritt
- Bildzeichen mit hohem Impact
- Effektive Wirkung aller Elemente, konsumnahe Wirkung, weniger B2B
- hohes Differenzierungspotential
- touristischer Stallgeruch in der Branche
- gelb als Zitat der alten Marke
- Aber: geschlossenes System ohne Dynamik und Offenheit

- souveräner Auftritt mit viel Typik
- anspruchsvolles Bildzeichen, Individualität und Zusammenwirken zum Ausdruck bringend, Eigendynamik der Einzelemente und doch gemeinsame Richtung
- hohes Differenzierungspotential
- touristischer Stallgeruch, obwohl die Kombination blau/grün/gelb ungewöhnlich, muss mit Bildwelten touristisch aufgeladen werden
- gelb als Zitat der alten Marke
- Entwurf mit Rot: Juristische Prüfung notwendig

- feiner, emphatischer Auftritt mit viel Typik
- anspruchsvolles Bildzeichen, individuelle Standpunkte und gemeinsames Zusammenwirken zum Ausdruck bringend
- hohes Differenzierungspotential
- touristischer Bezug muss z.B. durch Bildwelten gestärkt werden
- völliger Neuanfang

Die Entscheidung:

Die in der vorliegenden Präsentation erstellten Inhalte und Werke unterliegen dem deutschen Urheberrecht. Die Vervielfältigung, Bearbeitung, Verbreitung und jede Art der Verwertung außerhalb der Grenzen des Urheberrechtes bedürfen der schriftlichen Zustimmung des Erstellers.



DEUTSCHER
REISING

Vielen Dank

Die in der vorliegenden Präsentation erstellten Inhalte und Werke unterliegen dem deutschen Urheberrecht. Die Vervielfältigung, Bearbeitung, Verbreitung und jede Art der Verwertung außerhalb der Grenzen des Urheberrechtes bedürfen der schriftlichen Zustimmung des Erstellers.