

Kundenmagazine, Teil 3–5

Je persönlicher, desto besser

Kundenmagazine erzeugen Emotionen, machen Lust darauf, zu verreisen und binden Kunden. Zahlreiche Reisebüros bringen eine Broschüre als Marketing-Tool heraus, mit tollen Fotos, Experten-Interviews und natürlich zahlreichen Reisetipps. Da das Erstellen eines solchen Magazins ein großes Unterfangen ist und neben der alltäglichen Arbeit am Counter gestemmt werden muss, hat Bettina Reinfeld vom Reisebüro Reiselust in Postdam trotz allem ein Magazin-Gerüst erstellt, das sie an Kollegen weitergeben will.



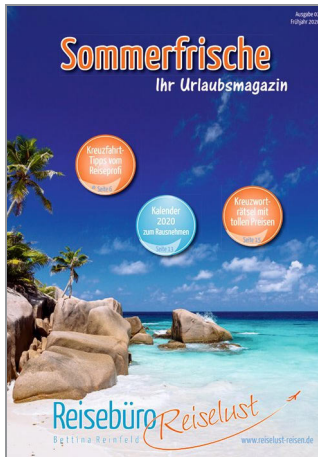
Das Five Magazin wurde 100.000 Mal gedruckt

„2011 gab es schon einmal ein Kundenmagazin in unserem Büro. Das wurde aber nach der vierten Ausgabe eingestellt, weil das Ganze zu viel Zeit gekostet hat. Als ich 2018 in unserem Büro in Weiherhammer anfang, wollte ich es unbedingt noch einmal versuchen. Wäre ich nicht Reiseverkäuferin geworden, wäre ich Reisejournalistin. Reisen und Schreiben – diese Kombination ist ein Traum. Mein Chef lässt mir alle Freiheiten. Ich bin für die Inhalte verantwortlich, die Gestaltung plane ich mit einer Mediaagentur. Natürlich bin ich auch für die Anzeigenakquise zuständig – das ist der nicht so schöne, aber notwendige Teil. Die erste Ausgabe ist im September 2019 erschienen, mit einer Auflage von 100.000. Die 24 Seiten dicken Magazine sind an alle Haushalte im Radius von 50 Kilometern um unsere Firmenzentrale an einem Samstag verteilt worden. Die Verteilung hat die Kosten ganz schön in die Höhe getrieben. Ein Teil wird durch Anzeigen zurückgespielt. Das Geld ist gut investiert, die Resonanz ist riesig. Ich bin sogar neulich beim Tanken als Autorin erkannt worden. So kommt man mit den Leuten ins Gespräch. Viele neue Kunden haben wir gewonnen, die die vorgestellten Reisen aus dem Magazin gebucht haben. Bei den Themen achte ich darauf, dass Fern- und Nahziele vorkommen. Fixe Rubriken sind unter anderem Kreuzfahrten, Fernweh und Kurzreisen.

In jeder Ausgabe gibt es zudem einen Artikel eines Mitarbeiters. Je persönlicher, desto besser. In der Januar-Ausgabe zum Beispiel ist ein Interview mit meinem Kollegen veröffentlicht worden, 25 Jahre alt und absoluter Arosa-Fan. 08/15-Tipps bleiben außen vor. Bei den Event-Tipps suche ich nach Besonderheiten. Nur wenn drei von vier Kollegen noch nie etwas von den Veranstaltungen wie die Semana del Pincho in Pamplona gehört haben, werden sie gedruckt. Unser Five Point Reisemagazin soll einmal pro Quartal erscheinen. Die Januar-Ausgabe hat noch einmal eine Auflage von 100.000, danach soll sie bei 10.000 Exemplaren liegen. In dieser starten wir einen Fotowettbewerb: Wer sich mit unserem Magazin im Urlaub (oder zu Hause) ablichten lässt, kommt in den Lostopf und kann einen Preis gewinnen. In der ersten Ausgabe hatten wir einen Reise-gutschein in Höhe von 25 Euro veröffentlicht. Das Schöne: Die Leute kamen, ohne diesen einzulösen.“

Marion Stoll
Five Point Travel
Weiherhammer





Das Magazin Sommerfrische macht Lust auf Reisen

„Ich glaube, dass Reisebüros sich bewegen müssen, um am Markt bestehen zu können. Deswegen bringen wir unser Kundenmagazin ‚Sommerfrische – Ihr Urlaubsmagazin‘ heraus. Es richtet sich an Urlauber, die älter als 50 sind. Das ist unser Hauptkundenkreis, der Zeit und Geld hat, zu verreisen. Ich habe zwei Büros mit insgesamt drei Mitarbeitern und einem Azubi. Gemeinsam haben wir überlegt, welche Inhalte wir abbilden wollen. Wichtig ist, dass das Magazin persönlich ist. Die Kunden wollen wissen, wer ihnen Reisen verkauft und wohin derjenige selbst reist. Jeder Mitarbeiter musste deswegen einen Bericht über eine seiner Reisen schreiben. Zudem konnten wir die 14-jährige Tochter einer Kundin gewinnen, über die Rundreise durch Jordanien mit ihren Eltern zu schreiben. 16 Seiten dick ist das Heft, in dem ich auch ein Interview mit Kerstin Hetzert, Gebietsleiterin von DER Touristik, über Sommerkataloge, Trends und Ziele veröffentlicht habe. Es gibt auch einen Jahreskalender und ein Kreuzworträtsel, bei dem die Leser unter anderem eine Tagesfahrt in den Spreewald gewinnen können. Wir haben viele

Rückmeldungen erhalten. Es war viel Arbeit, das Magazin auf die Beine zu stellen. Ich musste einen Grafiker und eine Druckerei finden, Anzeigen bei den Veranstaltern akquirieren. Das lief erstaunlich gut. 10.000 Exemplare wurden gedruckt. Zum Sommer wollen wir wieder ein Heft herausbringen. Jetzt haben wir ja das Gerüst. Das bieten wir auch anderen Reisebüros an. Sie können die Inhalte liefern oder unsere übernehmen. Unser Grafiker erstellt dann das Magazin, von dem 2.000 Exemplare gedruckt werden. Wenn der Kollege selbst Anzeigen akquiriert, kostet das Paket 1.500 Euro. Das Geld hat er über die Anzeigen schnell wieder reingeholt. Macht er keine Akquise, können wir das für ihn tun. Dann kostet das 2.000 Euro.“



Bettina Reinfeld
Reisebüro Reiselust
Potsdam

Fotos: Reisebüro Reiselust



Magazin-Cover des First Reisebüros Wilmering

„Seit über zehn Jahren versenden wir regelmäßig unser Kundenmagazin an alle unsere Stammkunden. Meistens Anfang des Jahres, rechtzeitig zur Hauptbuchungszeit, werden die Kunden auf diesem Wege noch mal sensibilisiert, dass unser Reisebüro der einzig richtige Weg ist, um seine Urlaubsreise perfekt organisiert zu bekommen. Trends für das neue Jahr, aktuelle Themen und vor allem die Kompetenz des Teams in unserem Büro werden visuell und redaktionell in dieser sechsseitigen, hochwertigen Broschüre dargestellt. Die Angebote spiegeln meist die beliebtesten Urlaubsregionen wider, ausgewählt anhand der Buchungsstatistiken, und werden dann als persönliche Empfehlung dargestellt. Familien-, Club-, Städtereisen- und auch Rundreisen-Angebote sollen möglichst viele unterschiedliche Kundenwünsche bedienen. In diesem Jahr liegt der Fokus klar auf dem

Thema Kreuzfahrten und Nachhaltigkeit. Gerade in dieser ‚Kombination‘ besteht bei vielen Kunden Unsicherheit – Grund genug für uns, dieses aktiv anzusprechen und Lösungen aufzuzeigen. Die vielen Krisen, wie etwa die Insolvenz von Germania und Thomas Cook, kosteten uns viel Zeit und Geld. Aber wir hatten auch die Chance, die Kunden dadurch wieder zu überzeugen, wie wichtig ein persönlicher Ansprechpartner ist. Viele Kunden lobten unser Krisen-Management. In der aktuellen Ausgabe haben wir einige Kunden zu Wort kommen lassen, getreu dem Motto: ‚Tue Gutes und sprich darüber!‘ Viele Veranstalter unterstützen diese Marketingmaßnahme mit einem WKZ-Zuschuss. So können auch die Ausgaben im Rahmen gehalten werden. Kurzum: Für mich sind solche Magazine ein gutes und wichtiges Kundenbindungsinstrument.“



Andreas Schwarmann
First Reisebüro Wilmering
Vechta

Fotos: First Reisebüro Wilmering

