

Gäste verreisen pro Jahr
mit der DER Touristik
7,1 MIO.

HOTELS UND AIRLINE

Fünf Hotelmarken ergänzen das Programm der DER Touristik Group. Club Calimera mit seinem Alles-inklusive-Konzept steht für 4- bis 5-Sterne-Standard und die Nähe zum Strand.

Preisgünstig und ebenso in den beliebtesten Badezielen zu finden sind die familiären PrimaSol-Häuser. Die Hotelkette Iti steht für gehobenen Wohnkomfort, beispielsweise auf den spanischen und griechischen Inseln.

„Genießen, entspannen, zusammen“ ist das Motto von Coeee, deren Hotels mit lässiger und entspannter Atmosphäre weltweit überzeugen.

Als führendes Sport-Resort in Europa bietet Playitas seinen Gästen eine Vielzahl an Möglichkeiten für Aktivurlaub sowie erstklassige Trainingsanlagen für den Amateur- und Profisportler. Der Standort Fuerteventura überzeugt ganzjährig mit einem idealen Klima.

Durch die Präsenz in Nordeuropa gehört die Fluggesellschaft Novair zum Reisekonzern, die Skandinavien mit dem Mittelmeerraum und den Kanarischen Inseln verbindet.

IN DER WELT ZU HAUSE: DIE ZIELGEBIETSAGENTUREN

Auch vor Ort ist die DER Touristik Group für ihre Gäste da: In 56 Destinationen betreuen die Zielgebietsagenturen Reisende von der Ankunft bis zum Abflug am Urlaubsort. Das Netzwerk der sogenannten Destination Management Companies (DMCs) verteilt sich mit 1.500 Mitarbeitern derzeit auf 25 Länder.

Von diesem Service vor Ort profitieren drei Millionen Gäste jährlich. Sie erhalten Unterstützung beim Reservierungshandling, Transfer oder der Ausflugsorganisation und werden während der Reise vom Leistungs- und Qualitätsversprechen der DER Touristik Group überzeugt.

Das konzerneigene Agenturnetzwerk ist vor allem in den wichtigen Ferndestinationen Asien und USA sowie rund um das Mittelmeer vertreten.

DER WELT VERPFLICHTET



Nachhaltigkeit ist ein wichtiger Bestandteil der Philosophie der DER Touristik Group. Der international agierende Reisekonzern nimmt seine Verantwortung gegenüber den Menschen und der Natur in den Reiseländern besonders ernst und setzt sich dafür mit der Initiative „DER Welt verpflichtet“ ein. Die darunter gebündelten Aktivitäten zahlen auf Handlungsfelder wie Umwelt und Natur, gesellschaftliches Engagement sowie Kunde und Produkt ein.

Greifbar wird das Engagement in der Praxis: Beispielsweise durch die beschlossene Tierschutzrichtlinie der DER Touristik Group. Ihr Ziel ist es, Standards für Tiere im Tourismus nachhaltig zu verbessern. Die deutschen Veranstalter nahmen daraufhin Elefantenreiten oder Shows mit Elefanten aus dem Programm. Auch für die Kunden wird nachhaltiges Reisen greifbar. Kontiki Reisen in der Schweiz setzt dabei als Spezi-

alist auf authentische Reiseerlebnisse in Skandinavien – familiengeführte Unterkünfte und CO2-Emissionen des Fluges inklusive.

Über die 2014 gegründete DER Touristik Foundation e.V. engagiert sich die Unternehmensgruppe gesellschaftlich. Der gemeinnützige Verein stellt sicher, dass Förderprojekte in den Zielgebieten wirksam unterstützt werden. Das Spektrum umfasst die Ausbildungsförderung von Kindern und Jugendlichen, die Erhaltung des ökologischen Lebensraums- und der Artenvielfalt sowie die nachhaltige Entwicklungshilfe.

Mitarbeiter in 14 Ländern – das Expertenetz

10.100

Mehr unter: www.dertouristik.com/de/nachhaltigkeit

IMPRESSUM

DER Touristik Central Europe GmbH
Unternehmenskommunikation
Humboldtstraße 140-144
D-51149 Köln
www.dertouristik.com

Geschäftsführer: René Herzog (Vors.), Klaus Franke, Christoph Führer, Andreas Heimann, Rolf-Dieter Maltzahn, Matthias Rotter, Mark Tantz, Dr. Dirk Tietz, Dieter Zümpel

DER TOURISTIK GROUP 2018

Reisen für Europa



WM-10699/17

DER
Touristik

www.dertouristik.com

EIN DACH, VIELE STÄRKEN

Mit der größten Vielfalt im Markt ist die DER Touristik Group heute der Reiseanbieter für Europa. In 14 Ländern ist das Expertennetzwerk mit rund 10.100 Mitarbeitern aktiv. 7,1 Millionen Gäste jährlich vertrauen auf die Stärken und die Zuverlässigkeit der Touristiksparte der REWE Group.

Vielfalt im touristischen Angebot ist bei der DER Touristik Group Programm: Namhafte Veranstalter, spezialisierte Marken, kundenorientierte Reisebüros, zeitgemäßer Online-Vertrieb, verlässliches Geschäftsreisemanagement, weltweite Zielgebietsagenturen, attraktive Hotelmarken und eine Airline – unter dem Dach des Konzerns vereinen sich zahlreiche Reiseleistungen für die verschiedensten Kundengruppen. Das Angebot ist heute das größte im europäischen Markt und macht die DER Touristik Group einzigartig. Das Erfolgsrezept: Der Konzern richtet sein Angebot an den Reisewünschen der Kunden aus und agiert als internationales Unternehmen gleichzeitig erfolgreich in lokalen Quellmärkten.



DAS VIELFÄLTIGSTE VERANSTALTERANGEBOT

Mit 16 namhaften Marken wie Dertour, Meiers Weltreisen, ITS, Kuoni, Apollo oder Exim Tours im Volumengeschäft bietet die DER Touristik Group jeder Kundengruppe das passende Produkt. Jede Marke hat ein klares Profil und steht für ein eigenes Leistungsversprechen. Ob Badeurlaub, Familienferien, Städtetrip, Rund- oder Fernreise – wer seinen Koffer mit der DER Touristik Group packt, kann 179 Reise-länder der Welt kennenlernen. Das höchste Ziel ist dabei die Sicherheit der Gäste. Hier greift im Notfall das professionelle Krisen- und Sicherheitsmanagement.

SONDERWÜNSCHE? GERNE!

Zur DER Touristik Group gehören 25 Spezialanbieter, die vor allem im Premiumsegment aktiv sind. So steht in der Schweiz Manta Reisen als Marktführer für weltweit spannende Tauchferien und hat sich besonders auf die Inseln im Indischen Ozean spezialisiert. Kirker ist in Großbritannien führender Spezialist für luxuriöse Kurztrips und Kulturreisen, die ausgewählte Hotels mit passendem Programm kombinieren. Mit Kontiki Reisen befindet sich der führende Schweizer Reiseveranstalter für Skandinavien unter den DER Touristik Spezialisten. Know-how, von dem der Kunde mit seinen individuellen Vorstellungen profitiert. Die Bandbreite reicht dabei von der maßgeschneiderten Südamerikareise über den Urlaub in der Luxusvilla bis hin zu der perfekten Golfreise.

NAH AM KUNDEN

Egal, wo der Kunde seinen Urlaub sucht – ob im Internet oder im Reisebüro: Das Expertennetz der DER Touristik Group steht ihm überall zur Verfügung. In den insgesamt 2.400 Reisebüros in Großbritannien, Osteuropa, Deutschland und der Schweiz dreht sich bei der persönlichen Beratung alles um die Kundenwünsche. Immer wichtiger im Zeitalter der Digitalisierung: die Verzahnung mit dem Online-Vertrieb. Als starke Vertriebsmarke ist DER.com das digitale Schaufenster der DER Reisebüros in Deutschland. Reiseportale wie lastminute.ch, Prijsvrij.nl oder Your way to Go zeigen, wie das Internet als Vertriebskanal funktioniert: mit nutzerfreundlichen Webseiten, vielen Funktionalitäten sowie Facebook und Twitter als Kundentreff.

6,3 MRD.
Euro Umsatz im Jahr 2016