

Franchise-Jahrestagung von Thomas Cook und Holiday Land Reisebüros: Social Media und neues Logo [« Zurück](#)

Die Nutzung von Social Media für Reisebüros und die neue Richtung des Thomas Cook Brandmarketing waren Themen der Jahrestagung, zu der die Franchise-Nehmer von Thomas Cook und der Holiday Land Reisebüros im Dezember 2013 im türkischen Antalya zusammenkamen. Vorgestellt wurde hier unter anderem das neue Thomas Cook-Logo.

Wie das Unternehmen mitteilt, nahm auch Andrea Hollweg von der Business Community - dem Einkaufsverband der deutschen Franchise-Wirtschaft, mit dem Thomas Cook zusammenarbeitet - an dem Treffen teil: Gemeinsam mit Volker Spies, dem Leiter Franchise Operations der Thomas Cook AG, stellte sie neue Angebote für die Franchise-Betriebe vor, beispielsweise für das Auto-Leasing und die Energieversorgung. Ein Vortrag von Motivationstrainer Steffen Kirchner mit dem Titel „Menschen für neue Wege öffnen und begeistern“ bildete den Auftakt des viertägigen Treffens, das laut Thomas Cook mit zeitlichen Freiräumen und einem Gala-Dinner auch viele Möglichkeiten zum informellen Austausch bot.

Die Touristikmarke Thomas Cook bietet Franchise-Interessenten zwei verschiedene Modelle an: Thomas Cook Partner nutzen die Marke und das Marketing des Unternehmens direkt. Holiday Land Reisebüros nutzen die Leistungen des Unternehmens, behalten jedoch ihren bereits eigenen, lokal etablierten Reisebüro-Namen. (apw)