

PRESSEMITTEILUNG

Titel: Authentizität statt Werbesprache

Datum: 15.04.2011

Verfasser: Rieke Köpke

Ohne Werbesprache würden viele Kampagnen ganz schön alt aussehen. Durch ein perfektes Zusammenspiel von verbalen und nonverbalen Kommunikationsmitteln wird ein erster Kontakt zwischen Veranstalter und potentiellm Kunden festgelegt. Im Tourismus gleichen sich viele Produkte. Die Destinationen bleiben gleich – beschrieben werden sie jedoch von jedem Veranstalter in den eigenen, brandgerechten Werbeslogans gepaart mit den schönsten Bildern professioneller Fotografen. Die Deutung dieser Vorstellung bleibt dem Kunden überlassen.

SK Touristik folgt seit mehreren Jahren hierbei einem eigenen Weg: Authentizität statt Werbesprache. Auf Werbebilder wird fast gänzlich verzichtet. Dem Kunden soll Kanada so vorgestellt werden wie er es vor Ort erleben wird – ohne schmückende Lichteffekte oder Filter. Eine Woche im Jahr opfert das gesamte Team hierbei für die Sichtung aller eingesandten Kundenbilder die durch kontinuierlichen Kundenkontakt und durch einen jährlichen Fotowettbewerb gewonnen werden. Die schönsten Kundenbilder werden dann auf der Website und im Katalog verwendet.

Die Meinung des Kunden wird gleichzeitig als Werbemedium genutzt. Ein unzensiertes Feedback-Forum auf der SK Website (www.sktouristik.de) steht Neu- und Stammkunden gleichermaßen als Informationszentrum zur Verfügung – Kundenempfehlung als Werbeträger. Angst vor Kritik hat Geschäftsführer Rainer Schoof hierbei nicht: „Unser Konzept ist leicht verständlich: Bereits unsere Produkt- und Partnerwahl im Rahmen unserer Katalogproduktion entspricht einer intensiven Auslese kompromisslos nach unseren eigenen hohen Standards. Ein Leistungsträger, dessen Angebot unserer Vorstellung von Qualität nicht entspricht, wird sich auch nicht in unseren Ausschreibungen wiederfinden. Da können uns auch noch so niedrige Preise oder noch so hohe Provisionen nicht locken!“ Das gefällt auch den Kunden, die dieses Konzept mit einer hohen Wiederholerquote honorieren – und natürlich vielen selbst geschossenen Bildern.

Über SK Touristik:

Die SK Touristik GmbH ist ein mittelständisches Unternehmen und seit mehr als 15 Jahren etablierter Spezial-Reiseveranstalter mit dem Schwerpunkt Nordamerika-Reisen. Der Firmensitz befindet sich in der "SK Travelodge", einem aus Kanada importierten Blockhaus (Eastern White Cedar), das im Jahr 2002 auf dem eigenen Grundstück im Gewerbegebiet der Ortschaft Senden-Bösensell errichtet wurde. Um Kanada auch während der Büroarbeit regelrecht "riechen" zu können (Das Zedernholz verbreitet auch nach fast 10 Jahren seinen ganz eigenen Duft), erfolgte somit der Umzug von Münster nach Bösensell. Doch nach wie vor sind es nur wenige Fahr- bzw. Zugminuten bis in die Universitätsstadt.

SK Touristik bietet mit über 300 Katalogseiten das umfangreichste Kanada-Angebot auf dem deutschen Markt. Von Masse kann jedoch keine Rede sein – jedes Produkt wird intensiv auf seine Qualität geprüft. Was nicht überzeugen kann, muss den Katalog verlassen. Somit ist SK Touristik in der Lage jedem Kunden eine Qualitätsgarantie zu geben. Bester Beweis hierfür ist das unzensierte Feedback-Forum in dem Kunden sich nach Herzenslust über den Veranstalter – und natürlich Nordamerika – austauschen können.

Weitere Informationen online: <http://www.sktouristik.de/>

oder telefonisch bei SK Touristik unter 02536-345910.

Bildmaterial: Bitte formlos anfordern unter media@sktouristik.de