



Presseinformation

Roadshow-Konzept für Thomas Cook

JAZZUNIQUE inszeniert Reiseziele

Frankfurt am Main, 3. Juni 2009 --- Zweimal im Jahr führt der Reiseveranstalter Thomas Cook das Gespräch mit der Fachwelt. Denn die Inhaber und Mitarbeiter von Reisebüros sind ein wichtiges Bindeglied zum Kunden im hart umkämpften Tourismusmarkt. Um die Vertriebspartner zu erreichen, setzt der Reiseveranstalter in diesem Sommer auf eine Roadshow. Sie steht unter dem Motto „Der Winter geht auf Reisen“. Das Konzept für die bundesweit sechs Veranstaltungen stammt von der Frankfurter Agentur JAZZUNIQUE. Die Eventprofis um die Brüder Jesper und Börries Götsch kümmern sich um die komplette Durchführung der Veranstaltungsreihe, die im August und September 2009 stattfindet und an der sich auch verschiedene Partner wie etwa Airlines, Fremdenverkehrsämter und Hotels beteiligen.

Vor kurzem heizten die Kreativen aus dem Frankfurter Westhafen mit einer weiteren bundesweiten Promotion-Aktion die Reiselust an. Rund um 40 „Alltours“-Filialen herum haben sie mit touristischen Wegweisern („50 Meter bis nach Andalusien“) und einem Gewinnspiel das Fernweh der Passanten geweckt.

„Wir sind sehr stolz darauf, einen so namhaften Reiseveranstalter wie Thomas Cook als Kunden gewonnen zu haben“, freut sich JAZZUNIQUE-



Geschäftsführer Jesper Götsch über den Etatgewinn.

- 30 Die Frankfurter Event- und Designexperten setzten sich im Vorfeld gleich gegen mehrere Agenturen durch.
Jesper Götsch: „Ich denke, wir haben sehr überzeugend dargestellt, wie kreative Ideen und deren effiziente Umsetzung ineinander greifen können.“

34 Zeilen à maximal 60 Anschläge

Pressekontakt: Uwe Berndt
Mainblick –
Agentur für Öffentlichkeitsarbeit
Tel. 0 69 / 40 56 29 54
uwe.berndt@mainblick.com