



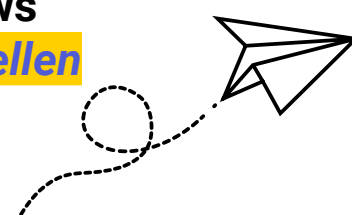
TRVL COUNTER *Digital*

WIR SEHEN REISEN MIT ANDEREN AUGEN



Nahost-Eskalation

Die militärische Eskalation im Nahen Osten hat innerhalb weniger Stunden spürbare Folgen für den internationalen Reiseverkehr ausgelöst. Zahlreiche Airlines haben Flüge in die Region gestoppt oder umgeleitet, mehrere Lufträume sind geschlossen.



Jean-Marc Göttert
 Chefredakteur

Nahost-Eskalation

Flugausfälle, Reisewarnungen: Was Reisebüros jetzt wissen müssen

Der Krieg im Nahen Osten ist derzeit das dominierende Thema der internationalen Nachrichtenlage – und er hat unmittelbare Auswirkungen auf die Reisewirtschaft. Gesperrte Lufträume, gestrichene Flüge, neue Reisewarnungen und Umleitungen auf wichtigen Flugrouten zwischen Europa und Asien zeigen, wie schnell geopolitische Konflikte globale Reisebewegungen beeinflussen können. Airlines passen ihre Flugpläne an, Reedereien meiden kritische Seewege.

Parallel dazu verändert sich der Reisevertrieb strukturell weiter. Digitale Buchungen dominieren inzwischen viele

Prozesse – und mit Künstlicher Intelligenz kommt eine Technologie hinzu, die Beratung, Suche und Angebotsgestaltung grundlegend verändern kann.

Für Reisebüros eröffnet das neue Möglichkeiten, gleichzeitig steigt aber auch der Druck, digitale Kompetenz und Effizienz weiter auszubauen.

Gerade deshalb gewinnt ein dritter Faktor an Bedeutung: echtes Erlebnisswissen. Programme wie die Campus Academy der DERTOUR Group zeigen, wie wichtig persönliche Erfahrung für eine hochwertige Beratung ist. Ein Bericht aus Alberta.

Viel Spaß bei der Lektüre! ✂

Inhalt

TOP-NEWS

- 03 Nahost-Eskalation trifft Luftverkehr und Reisebranche
- 04 Nahost-Krise: Was Reisebüros jetzt beachten sollten
- 05 VIR-Studie: KI kommt mit großen Schritten
- 07 Ali Arnaout scheidet Ende Februar beim DRSF aus

INTERVIEW DER WOCHE

- 08 „Wir sind längst im Next Level – die Branche hat es nur noch nicht überall verstanden“: Ein Gespräch

mit VIR-Vorstand Michael Buller zum Thema Online-trends und KI.

TRAVEL

- 10 Die 51. Dertour Campus Academy Alberta, Kanada,
- 12 Eine kleine Foto-Story
- 15 Hauser Exkursionen holt Jeanette Buller

CHECK-OUT

- 16 TVG und Reiseland treffen sich zur Jahrestagung in Abu Dhabi
- 16 Impressum

DAS NEUE QUARTERLY JETZT LESEN!

DIE ITB-AUSGABE MÄRZ HIER GRATIS HERUNTERLADEN

PRINTMAGAZIN QUARTERLY FRÜHLING, MÄRZ 2026 / trvlcounter.de / D 10 €

TRVLCOUNTER

WIR SEHEN REISEN MIT ANDEREN AUGEN

Besser Beraten
 12 Seiten Südafrika mit Praxistipps und Empfehlungen für den Verkauf
 Seite 61

NEW

HERR DER SCHIFFE

Felix Eichhorn führt mit AIDA nicht nur den größten Hochseekreuzfahrt-Anbieter Deutschlands, sondern auch den drittgrößten Reiseveranstalter des Landes mit 18.000 Mitarbeitenden aus 60 Nationen. Ein Porträt.

SÜDINDIEN NEU ERLEBEN
 Studienreisen galten lange als trockene Bildungsformate. Heute stehen Erlebnisse im Mittelpunkt. [Seite 38](#)

GRÜNER MANAGER
 Luxus und Overwater-Villa: Die Malediven stehen für Luxus – und für Klimadebatten. Doch es geht auch anders. [Seite 46](#)

◆ **WEITERDENKER:** Wie Jannik Ritscher den Pep-Markt aufwirbelt [Seite 90](#)

Hier gratis
 herunterladen

CHECK-IN

Tradition in luftiger Höhe

DIE CASTELLERS GEHÖREN ZU DEN EINDRUCKSVOLLSTEN TRADITIONEN KATALONIENS.

Bei den sogenannten Castellers formen Dutzende Menschen eine mehrstöckige Menschenpyramide – ein jahrhundertealter Brauch aus Katalonien, der heute vor allem bei Stadtfesten und großen kulturellen Veranstaltungen gepflegt wird.

Die Konstruktion beginnt mit der sogenannten „Pinya“, einer breiten Basis aus zahlreichen Helfern, die Stabilität und Sicherheit für die darüber entstehenden Ebenen bildet. Darauf bauen sich Schritt für Schritt weitere Stockwerke auf, während erfahrene Castellers die Struktur stabilisieren und koordinieren. Ganz oben klettert schließlich ein Kind – der „Enxaneta“ – auf die Spitze und hebt den Arm als Zeichen dafür, dass der Turm vollständig errichtet ist.

Die Tradition gilt als Ausdruck von Vertrauen, Teamgeist und kollektiver Stärke: Die spektakulären Menschenpyramiden erreichen dabei Höhen von bis zu zehn Ebenen und ziehen regelmäßig tausende Zuschauer an. Besonders in Städten wie Tarragona, Vilafranca del Penedès oder Barcelona sind die Castellers ein fester Bestandteil regionaler Feste und Identität.

Seit 2010 gehört diese einzigartige Kulturform zum immateriellen Kulturerbe der UNESCO und steht exemplarisch für die lebendige Festkultur Kataloniens.



QTA Aktuell

Die aktuelle Situation im Nahen Osten sorgt bei vielen Kundinnen und Kunden für Verunsicherung und führt damit auch zu zusätzlichem Beratungsbedarf in den Reisebüros. Um eine fundierte Einordnung der Lage sowie konkrete Orientierung für die tägliche Beratung zu geben, lädt die QTA kurzfristig zu einer „QTA Aktuell“ Online-Konferenz ein.

Termin: Montag, 2. März, **Uhrzeit:** 11:00 Uhr, **Dauer:** ca. 45 Minuten

Format: Online via Microsoft Teams

Referentinnen: **Melanie Gerhardt**, verantwortlich für das Krisenmanagement der DERTOUR Group sowie **Alessia Vicentelli**, Managing Director GCC der DERTOUR Group mit Sitz in Dubai. Beide geben einen Lagebericht aus Sicht des Veranstalters sowie eine Einschätzung zur weiteren Entwicklung in der Region.

Im Anschluss besteht die Möglichkeit, kurze Rückfragen zu stellen.

[Hier zur Teilnahme:](#)



Foto: iStock

Nahost-Eskalation trifft Luftverkehr und Reisebranche

Flugausfälle, gesperrte Lufträume, abgesagte Reisen und Krisenmanagement bei Veranstaltern: Die militärische Eskalation im Nahen Osten wirkt sich bereits massiv auf internationale Reisebewegungen aus. Für Reisebüros und Veranstalter geht es jetzt vor allem darum, Kunden zu informieren, Umbuchungen zu organisieren und die dynamische Lage richtig einzuordnen.

Die militärische Eskalation im Nahen Osten hat innerhalb weniger Stunden spürbare Folgen für den internationalen Reiseverkehr ausgelöst. Zahlreiche Airlines haben Flüge in die Region gestoppt oder umgeleitet, mehrere Lufträume sind derzeit geschlossen.

Große europäische Fluggesellschaften wie Lufthansa, British Airways, Air France, KLM und Swiss setzen Verbindungen

nach Israel sowie teilweise auch in Staaten der Golfregion aus. Gleichzeitig ist der israelische Luftraum derzeit komplett geschlossen.

Auch in der Golfregion kommt es zu Einschränkungen: Qatar Airways hat den Flugbetrieb vorübergehend eingestellt, nachdem der Luftraum des Landes geschlossen wurde. Die israelische Airline EL AL hat alle Flüge zunächst gestrichen und Bu-

chungen bis mindestens zum 21. März blockiert. Passagiere können ihre Tickets kostenfrei umbuchen oder stornieren.

Auch Kreuzfahrt und Schifffahrt betroffen

Nicht nur der Luftverkehr reagiert auf die angespannte Sicherheitslage. Die Hamburger Reederei Hapag-Lloyd hat angekündigt, vorerst alle Fahrten durch die Straße von Hormus auszusetzen – eine der wichtigsten Handelsrouten der Welt.

Reedereien versuchen derzeit, Schiffe aus potenziellen Gefahrenzonen herauszuführen oder alternative Routen zu planen.

Aufgrund der seit längerem ungewissen Situation im Nahen Osten hat etwa Costa Kreuzfahrten bereits im vergangenen Juli beschlossen, die ursprünglich für diesen Winter geplanten Kreuzfahrten in den Vereinigten Arabischen Emiraten an Bord der Costa Toscana nicht durchzuführen. Dies schließt die «Positionierungskreuzfahrten» von und nach Dubai mit ein.

Auch die Weltreise mit der Costa Deliziosa findet in diesem Jahr ohne Stopps in der Region statt. Das Schiff ist derzeit in Richtung Sri Lanka unterwegs und wird anschließend über die Malediven und Mauritius Kurs auf Südafrika nehmen, bevor es sich schließlich auf den Weg zurück ins Mittelmeer macht.

Indessen hat das deutsche Auswärtige Amt seine Reisewarnungen deutlich ausgeweitet.

Reisewarnungen ausgeweitet

Aktuell wird vor Reisen in zahlreiche Staaten des Nahen und Mittleren Ostens gewarnt. Für Reiseveranstalter relevant sind unter anderem folgende Destinationen: Vereinigte Arabische Emirate, Saudi-Arabien, Katar, Bahrain, Oman, Jordanien, Israel sowie Kuwait.

Reisenden wird dringend empfohlen, die aktuellen Sicherheitshinweise vor Reiseantritt zu prüfen.

DERTOUR sagt Reisen vorerst ab

Auch Reiseveranstalter haben bereits operative Maßnahmen eingeleitet. Die DERTOUR Group hat alle Reisen in mehrere Nahost-Destinationen zunächst bis einschließlich den 3. März 2026 abgesagt. Hintergrund ist die aktuelle Reisewarnung des Auswärtigen Amts.

Betroffene Gäste können ihre Reise kostenfrei auf einen späteren Termin umbuchen oder erhalten den vollständigen Reisepreis zurück.

Nach Angaben des Veranstalters befindet sich derzeit eine niedrige vierstellige Zahl von DERTOUR-Gästen in den von der Reisewarnung betroffenen Regionen. Aufgrund von Luftraumsperrungen kommt es teilweise zu Verzögerungen bei Rückreisen.

Die Gäste werden vor Ort von lokalen Reiseleitungen betreut. Dazu gehört unter anderem die

Verlängerung der Hotelunterbringung oder – falls erforderlich – die Organisation alternativer Unterkünfte. Gleichzeitig informiert der Veranstalter seine Gäste fortlaufend über neue Rückreisemöglichkeiten.

Darüber hinaus wurde ein Krisenmanagement aktiviert und eine 24-Stunden-Hotline für Gäste und Reisebüropartner eingerichtet.

Umstieger auch betroffen

Auch Reisende mit Umsteigeverbindungen über Nahost-Drehkreuze wie Dubai, Doha oder Abu Dhabi können betroffen sein. Für diese Kunden prüfen Veranstalter derzeit alternative Flugverbindungen oder bieten kostenfreie Umbuchungen beziehungsweise Stornierungen an.

Wie es weitergehen könnte?

Ob sich der Konflikt zu einem größeren regionalen Krieg entwickelt oder eine begrenzte militärische Operation bleibt, ist derzeit offen.

Sollte Teheran seine Gegenschläge fortsetzen, könnten US-Militärbasen, israelische Infrastruktur sowie weitere Staaten in der Region ins Visier geraten. Auch pro-iranische Milizen in Irak, Syrien oder Libanon könnten in den Konflikt eingreifen.

Ein sensibler Punkt bleibt die Straße von Hormus. Jede militärische Störung dieser zentralen Öltransportroute hätte unmittelbare Auswirkungen auf Energiepreise, globale Lieferketten – und indirekt auch auf internationale Reisebewegungen. ⚓

Der Krisenspezialist A3M hat eine Newsseite etabliert mit Hinweisen zu den Destinationen. [Hier zu A3M](#)

Nahost-Krise: Was Reisebüros jetzt beachten sollten

1. Kunden aktiv informieren: Reisende mit geplanten Aufenthalten im Nahen Osten oder mit Umsteigeverbindungen über die Region sollten frühzeitig über mögliche Flugänderungen oder Streichungen informiert werden.

2. Transitverbindungen beachten: Auch Fernreisen nach Asien oder Afrika können betroffen sein, wenn sie über Drehkreuze wie Dubai, Doha oder Abu Dhabi führen.

3. Reisewarnungen regelmäßig prüfen: Die Sicherheitshinweise des

Auswärtigen Amtes können sich kurzfristig ändern und sollten bei jeder Beratung berücksichtigt werden.

4. Umbuchungsoptionen prüfen: Viele Airlines und Veranstalter bieten aktuell flexible Umbuchungen oder kostenlose Stornierungen an.

5. Kunden beruhigen und Orientierung geben

Die Situation entwickelt sich dynamisch. Für Reisebüros wird die Rolle als kompetenter Ansprechpartner und Navigator durch komplexe Reisesituationen derzeit besonders wichtig.

Zukunft der Reisewirtschaft trifft Traumziel Azoren

DRV-Jahrestagung 2026



Branche gestalten. Zukunft diskutieren. Destination erleben.

Die DRV-Jahrestagung bringt 2026 erneut Entscheider, Reisebüros und Partner der Reisewirtschaft zusammen – dieses Mal auf den Azoren.

Im Mittelpunkt stehen die Zukunftsthemen der Branche:

- Künstliche Intelligenz & digitale Innovation
- Nachhaltige und resiliente Destinationen
- Fachkräfte, Ausbildung & Unternehmensnachfolge
- Trends und Perspektiven für Reisebüros und Veranstalter

Neben dem Kongressprogramm erleben die Teilnehmenden die Azoren bei Workshops und Zielgebietserlebnissen hautnah – von Vulkanlandschaften bis Whale Watching.

- ✓ Branchenwissen aus erster Hand
- ✓ Inspiration für die tägliche Praxis
- ✓ Austausch & Networking
- ✓ Erlebnisdestination Azoren

Jetzt informieren und anmelden: www.drj-jahrestagung.de

DRV-Jahrestagung | 15.-19. April 2026 | São Miguel, Azoren, Portugal

In Kooperation mit:

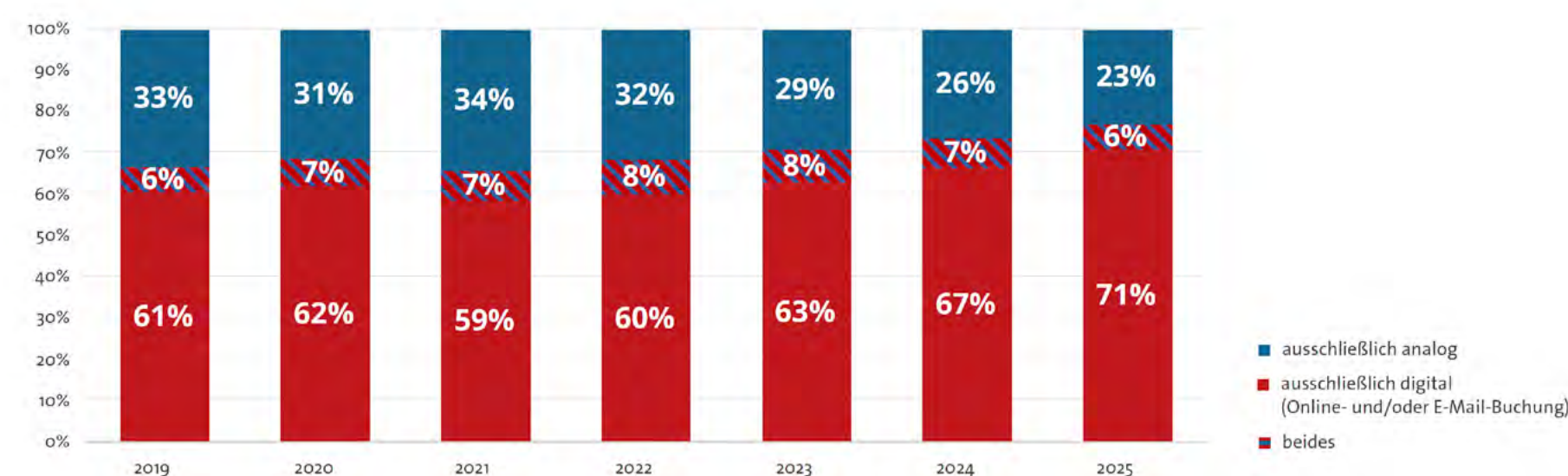




BUCHUNGSVERHALTEN

Digital und analog gebuchte Urlaubsreisen ab einer Übernachtung

Basis: Urlaubsreisen ab 5 Tagen der deutschsprachigen Wohnbevölkerung ab 14 Jahre und 1–3 Kurzurlaubsreise (2–4 Tage) der deutschsprachigen Wohnbevölkerung 14–75 Jahre
Quelle: Reiseanalyse 2020–2026, FUR



Der Trend zur digitalen Buchung setzte sich auch 2025 fort. Bei allen Reisen ab einer Übernachtung lag der Anteil ausschließlich digital gebuchter Reisen bei 71%, ein Plus von vier Prozentpunkten gegenüber dem Vorjahr. Ausschließlich analog wurden nur noch 23% aller Reisen gebucht, drei Prozentpunkte weniger als im Vorjahr. Bei weiteren 6% kamen sowohl digitale als auch analoge Buchungswege zum Einsatz.

VIR DATEN & FAKTEN 2026

KI kommt mit großen Schritten

77 Prozent aller Reisen werden inzwischen digital beeinflusst, 17 Prozent der Deutschen nutzen KI für die Reiseplanung. Viele investieren mehr Geld in einzelne Reisen, statt mehrere Urlaube zu machen. Gleichzeitig wächst das Preisbewusstsein. Neue Daten zeigen strukturelle Veränderungen im Reisemarkt.

Der deutsche Reisemarkt verändert sich leise, aber merklich: Urlauber reisen seltener ein zweites Mal im Jahr, vergleichen stärker Preise und buchen zunehmend digital. Gleichzeitig etabliert sich Künstliche Intelligenz überraschend schnell als Planungshilfe. Das sind die zentralen Erkenntnisse der Auswertung „Daten & Fakten zum Online-Reisemarkt 2026“ des Verbands Internet Reisevertrieb (VIR) auf Basis von Daten der Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen (FUR) sowie Travel Data + Analytics (TDA).

Immer digitaler

Digitale Buchungen prägen den Reisemarkt stärker als je zuvor. Über alle Reisen ab einer Übernachtung hinweg werden inzwischen 71 Prozent zumindest teilweise digital gebucht.

Rechnet man hybride Buchungen hinzu, sind 77 Prozent aller Reisen digital beeinflusst, im Vorjahr lag dieser Anteil noch bei 74 Prozent. Bei Urlaubsreisen ab fünf Tagen steigt der Anteil digitaler

Buchungen auf 66 Prozent, bei Kurzurlaubsreisen auf 87 Prozent.

Reine Buchungen über Webseiten nehmen auf 58 Prozent zu, Buchungen per E-Mail auf 18 Prozent. Erstmals werden bei Urlaubsreisen ab fünf Tagen mehr Pauschalreisen digital gebucht als offline. Der digitale Anteil liegt bei 52 Prozent.

„Digital ist heute nicht mehr Alternative, sondern Normalfall“, sagt VIR-Vorstand Michael Buller. „Wir sehen keine schrittweise Verschiebung mehr, sondern eine neue Marktarchitektur. Digital ist heute das Betriebssystem der Touristik“, bringt es Buller auf den Punkt.

KI in der Reiseplanung

Künstliche Intelligenz etabliert sich in kurzer Zeit als Werkzeug für die Reiseplanung. Rund 17 Prozent der Bevölkerung zwischen 18 und 75 Jahren haben bereits KI dafür genutzt. Weitere 35 Prozent können sich das künftig vorstellen. KI wird vor allem für Inspiration, Angebotsvergleich und Strukturierung von Reisen eingesetzt. 48 Prozent der bisherigen Nutzer bewerten die Vor-

schläge als hilfreich. 42 Prozent berichten von Zeitersparnis und Zufriedenheit.

„Dass innerhalb von nur drei Jahren bereits 17 Prozent der erwachsenen Bevölkerung generative KI konkret für Reiseplanung einsetzen, ist bemerkenswert“, findet Buller. KI sei „kein Experiment mehr, sondern wird nunmehr als Teil der Customer Journey gesehen und sie wird die Entscheidungslogik im Reisemarkt nachhaltig verändern

Urlaub bleibt Priorität

Trotz wirtschaftlicher Unsicherheiten bleibt die Reisebereitschaft hoch. Sechs von zehn Reisenden sparen nach eigenen Angaben in anderen Lebensbereichen, um sich ihren Urlaub leisten zu können. Der Anteil des Haushaltseinkommens für Reisen liege bei rund sieben Prozent – stabil auf dem Niveau von 2019.

Das Preisbewusstsein nimmt deutlich zu: Mehr als jeder zweite Reisende (54 %) achtet bei der Urlaubsplanung gemäß der FUR-Anlyse besonders auf den Preis. 2024 lag der Wert der „Preisorientierung“ noch bei 46 Prozent. Die Qualitätsorientierung bleibt stabil bei 35 Prozent. 41 Prozent achten gezielt auf Sonderangebote oder preisgünstige Unterkünfte. Viele Urlauber suchten stattdessen ein ausgewogenes Verhältnis von Preis und Leistung.

„Reisen bleibt für viele Menschen unverzichtbar. Aber die Entscheidungen werden bewusster getroffen – mit stärkerem Preisvergleich“, sagt Ulf Sonntag, Leiter der FUR-Reiseanalyse.

Weniger zusätzliche Reisen

Die Zahl der Urlaubsreisen ab fünf Tagen sinkt leicht auf 67,7 Millionen.

Gleichzeitig steigen die Gesamtausgaben um rund eine Milliarde Euro.

Vor allem die Zahl der Zweitreisen sinkt deutlich – von 11,96 Millionen im Jahr 2024 auf 10,59 Millionen im Jahr 2025. Kurzurlaubsreisen gehen moderat zurück, liegen aber weiterhin über dem Niveau von 2019.

Die durchschnittlichen Ausgaben pro Person bei vorab gebuchten Urlaubsreisen ab fünf Tagen steigen auf 1.429 Euro – ein kleines Plus von 30 Euro gegenüber dem Vorjahr. „Wir sehen eine klare Verschiebung: weniger zusätzliche Reisen, dafür mehr Investition in die einzelne Reise“, so Sonntag.

Ausland bleibt dominierend

Das Ausland bleibt für längere Urlaubsreisen klar führend. 78 Prozent der Haupturlaubsreisen ab fünf Tagen führen 2025 jenseit der bundesdeutschen Grnezen. Der Anteil steigt damit nach 2024 weiter.

Parallel dazu nehme der Fluganteil bei Haupturlaubsreisen weiter zu, vor allem bei klassischen Mittelmeerzielen und Fernreisen. Bei Kurzurlaubsreisen entwickelt sich der Trend in die entgegengesetzte Richtung: Hier gewinnt die Anreise mit dem Auto an Bedeutung, während der Fluganteil sinkt.

Auch bei den Buchungsformen zeigen sich Unterschiede je nach Zielgebiet. Bei Reisen in den Mittelmeerraum steigt der Anteil der Pauschalreisen weiter. Fernreisen werden dagegen häufiger aus einzelnen Bausteinen zusammengestellt.

Buchungstrends verschieben sich

Der Veranstaltermarkt entwickelt sich weiter positiv. Die Umsätze mit vorab gebuchten Leistungen liegen 2025 um

32 Prozent über dem Niveau von 2019. Für 2026 wird ein weiteres Wachstum von rund drei Prozent erwartet. „Trotz spürbarer Preissteigerungen bleibt die Nachfrage stabil“, beobachtet Roland Gassner, Direktor Geschäftsentwicklung des Marktforschers Travel Data + Analytics.

Auffällig sei eine Verschiebung der Reisezeiten. Oktober 2025 ist über alle Vertriebskanäle hinweg der volumenstärkste Abreisemonat und überholt damit die klassischen Sommermonate Juli und August deutlich.

Auch bereinigt um Ferienzeiten gehört der Oktober zu den wachstumsstärksten Monaten im Online-Veranstaltervertrieb.

Bei klassischen Warmwasserzielen zählen die Türkei, Ägypten und Griechenland zu den Gewinnern im Online-Veranstaltermarkt. Den stärksten Zuwachs gegenüber dem Vorjahr verzeichnet Bulgarien.

Das Buchungsverhalten entwickelt sich in zwei gegensätzliche, wenn auch vereinbare Richtungen: Neben langfristiger Planung bleibt die kurzfristige Buchung stark. Ein Teil der Reisenden bucht frühzeitig, um Preise zu sichern: 29 Prozent der im November gebuchten Reisen beginnen erst in neun Monaten oder später.

Gleichzeitig bleibt der Last-Minute-Markt lebendig: 38 Prozent der im September gebuchten Reisen starten innerhalb von vier Wochen. „Der Markt wird flexibler – mit früher Planung zur Preisicherung und gleichzeitig hoher kurzfristiger Dynamik“, so Gassner.

Die vollständige Auswertung ist auf der VIR-Webseite: [„VIR Daten & Fakten zum Online-Reisemarkt 2026“](#).



Das Ausland bleibt für längere Urlaubsreisen der Deutschen klar führend: Rund 78 Prozent aller Haupturlaubsreisen ab fünf Tagen führen im Jahr 2025 ins Ausland. Damit steigt der Anteil gegenüber dem Vorjahr erneut – ein deutliches Signal für die Attraktivität internationaler Destinationen im deutschen Reisemarkt.



Trotz wirtschaftlicher Unsicherheiten bleibt die Reiselust hoch: Sechs von zehn Urlaubern sparen nach eigenen Angaben in anderen Lebensbereichen, um sich ihre Reise leisten zu können. Der Anteil des Haushaltseinkommens für Urlaub liegt mit sieben Prozent stabil seit 2019.



Foto: DRSF

Ali Arnaout scheidet beim DRSF aus

Nach drei Jahren verlässt Ali Arnaout die Geschäftsführung des Deutschen Reisesicherungsfonds planmäßig.

Ali Arnaout ist zum 28. Februar aus der Geschäftsführung des Deutschen Reisesicherungsfonds (DRSF) ausgeschieden. Seine auf drei Jahre angelegte Amtszeit endet damit wie vorgesehen. Die Nachfolge soll zeitnah bekannt gegeben werden. Den Übergang sichern Geschäftsführer Stefan Korsch und das bestehende Führungsteam.

Der Finanzexperte, hauptberuflich Professor für International Management an der Hochschule Wismar, war seit dem 1. März 2023 Geschäftsführer des Fonds. Zuvor hatte er unter anderem als CFO bei Aida Cruises sowie als CIO der Costa Group Verantwortung getragen. Beim DRSF begleitete er zunächst ein Jahr lang die Arbeit im Beirat, bevor ihn die Gesellschafter in die Geschäftsführung beriefen. Arnaout prägte die Aufbauphase des Fonds in

einem von Pandemie-Nachwirkungen geprägten Marktumfeld maßgeblich. In seine Amtszeit fielen die operative Bewährungsprobe rund um die Insolvenz der FTI Group sowie die strategische Weiterentwicklung nach der Entgelt senkung im Herbst 2025.

Der DRSF gilt heute organisatorisch und finanziell als stabil aufgestellt. Branchenvertreter verweisen darauf, dass der Fonds inzwischen über eingespielte Prozesse, belastbare Rücklagenstrukturen und klar definierte Melde- und Prüfmechanismen verfügt.

Der Fonds ist seit November 2021 die gesetzlich vorgeschriebene Insolvenz sicherung für große Pauschalreiseveranstalter mit einem Jahresumsatz ab zehn Millionen Euro. Kleinere Anbieter können sich freiwillig anschließen oder alternative Absicherungsmodelle nutzen. ⚓

BESSER BERATEN OMAN

Alle wichtigen Informationen, Argumente und Verkaufsansätze kompakt für eure Beratungspraxis.

JETZT LESEN →

DEZEMBER 2025
Experience
عمان
OMAN

BESSER BERATEN
OMAN ERLEBEN
COUNTER-INFO FÜR REISEBÜROS

EXTRA
E-learning
Kurs in
drei Teilen

Zwischen Wüste, Meer und
jahrtausendealter Geschichte

Vertieft euer Wissen über das Sultanat Oman und erfahrt,
wie ihr seine Vielfalt und Faszination im Beratungsgespräch
authentisch und überzeugend vermitteln könnt.

powered by TRVL COUNTER

INTERVIEW

„Wir sind längst im Next Level – die Branche hat es nur noch nicht überall verstanden“

Der deutsche Reisemarkt bleibt stabil, verändert sich aber strukturell rasant. Digitalisierung, KI und neue Preisrealitäten verschieben die Spielregeln im Vertrieb. Michael Buller, Vorstand des Verbands Internet Reisevertrieb (VIR), spricht über die Macht digitaler Buchungen, die mögliche Rolle von KI als neuer Gatekeeper im Reisemarkt – und warum er die aktuelle Cashback-Spirale für eine gefährliche Sackgasse hält.

Interview | Jean-Marc Göttert

Herr Buller, laut aktuellen Zahlen werden inzwischen 77 Prozent aller Reisen digital gebucht. Ist damit endgültig klar, dass der Reisemarkt strukturell ein digitaler Markt geworden ist?

Bei einem Anteil von 77 Prozent digital gebuchter Reisen sprechen wir nicht mehr über einen Trend, sondern über eine Marktstruktur. Insofern ja: Der Reisemarkt ist faktisch ein digitaler Markt geworden. Was mich manchmal irritiert, ist weniger die Zahl – sondern die Diskussion die wir immer noch darüber führen. Natürlich bleibt persönliche Beratung wichtig, und sie wird auch weiterhin eine Rolle spielen. Aber diese Beratung fin-

det heute in einem digitalen Umfeld statt.

Die Realität ist längst hybrid, oder?

Ja, viele Reisebüros und auch OTAs sind heute so aufgestellt, dass sie beides können: persönliche Beratung und digitale Abwicklung. Der Kunde entscheidet situativ. Er informiert sich online, stellt Fragen per Chat, bekommt Angebote per Mail oder bucht direkt selbst. Diese Übergänge sind fließend. Deshalb würde ich sagen: Die Phase der Digitalisierung als Transformationsprojekt ist abgeschlossen. Wir befinden uns nicht mehr im Übergang.

Was bedeutet diese Entwicklung für klassische Vertriebs-

kanäle – werden sie mittelfristig eher zur Nebenrolle?

Die Entwicklung ist klar erkennbar, aber sie ist differenziert zu betrachten. Es gibt nach wie vor Segmente – etwa bestimmte Veranstalterreisen oder komplexe Fernreisen – in denen der stationäre Vertrieb eine starke Rolle spielt.

Aber wenn man die Marktdynamik insgesamt betrachtet, ist die Richtung eindeutig. Während der klassische Reisebürovertrieb eher stagniert, wachsen Onlineanbieter deutlich stärker. In einzelnen Saisons sehen wir im Winter zweistellige Zuwächse im Bereich von rund 15 Prozent, im Sommer sogar um die 22 Prozent. Das zeigt, wo die strukturelle Dynamik liegt. Wichtig ist dabei: Der Markt insge-

VIR[OIT]
Innovationen Raum geben.

»Bei einem Anteil von 77 Prozent digital gebuchter Reisen sprechen wir nicht mehr über einen Trend, sondern über eine Marktstruktur. Der Reisemarkt ist faktisch ein digitaler Markt geworden.«

Zur Person

Michael Buller zählt zu den profiliertesten Vertretern der digitalen Touristik in Deutschland. Seit 2009 ist er Vorstand des Verband Internet Reisevertrieb (VIR), dem Interessenverband der Online-Reisebranche. In dieser Funktion vertritt er zentrale Akteure des digitalen Reisevertriebs – von Online-Travel-Agencies über Travel-Tech-Unternehmen bis zu digitalen Dienstleistern der Branche. Im Laufe seiner Laufbahn entwickelte sich Buller zu einem gefragten Experten für Digitalisierung im Tourismus, Online-Vertrieb und Travel-Technologie.

samt wächst nicht mehr in dem Maße wie früher. Wenn also einzelne Kanäle deutlich stärker wachsen als andere, verschieben sich Marktanteile. Der Wettbewerb wird intensiver – nicht weil der Markt explodiert, sondern weil um dieselben Kunden stärker gerungen wird.

Ob klassische Vertriebskanäle zur Nebenrolle werden, hängt deshalb weniger vom Kanal selbst ab als von seiner Anpassungsfähigkeit. Wer hybrid arbeitet, digitale Prozesse integriert und seine Stärken klar positioniert, bleibt relevant. Wer hingegen an alten Strukturen festhält, wird es schwerer haben.

Ein großer Treiber dieser Entwicklung ist Künstliche Intelligenz. Jede sechste Person in Deutschland nutzt bereits KI für die Reiseplanung. Erleben wir gerade den Beginn einer neuen Phase der Reiseplanung?

Das halte ich für sehr wahrscheinlich. Man muss sich die Geschwindigkeit dieser Technologie vor Augen führen. Der breite Durchbruch generativer KI liegt gerade einmal drei Jahre zurück – und schon heute nutzen rund zehn Millionen Menschen in Deutschland KI für ihre Reiseplanung.

Gerade in Deutschland ist das bemerkenswert, weil wir hier oft eher vorsichtig bei neuen Technologien sind. Gleichzeitig sagen weitere 25 Millionen Menschen, dass sie sich vorstellen

können, künftig KI für ihre Reiseplanung zu nutzen. Deshalb gehe ich davon aus, dass viele Menschen sich künftig von einer KI beraten lassen – mit ihrem persönlichen Geschmacksprofil, ihren Vorlieben und ihren Budgetvorstellungen. Dass wir hier noch große Sprünge erleben werden, daran habe ich keinen Zweifel.

Welche Auswirkungen hätte das auf die Touristik?

Das betrifft alle Marktteilnehmer. Bislang ging es im Internet vor allem darum, eine riesige Vielfalt von Angeboten zu strukturieren, vergleichbar zu machen und für Kunden zugänglich zu machen oder daraus Produkte zu bauen. Genau das sind die Rolle von Portalen, Reisebüros, Vergleichsplattformen oder Veranstalter. Wenn eine KI diesen „Schmerz“ der Suche, des Zusammenstellens oder des Vergleichs übernimmt und selbst entscheidet, welche Optionen sinnvoll sind, dann kann das die Rollen dieser Akteure verändern.

Der Markt bleibt insgesamt stabil, gleichzeitig verändert sich die Struktur. Es gibt weniger Zweitreisen, aber höhere Ausgaben pro Urlaub. Wird Reisen damit stärker zum Premiumprodukt?

Ich würde eher sagen, wir befinden uns in einer Phase der Optimierung. Reisen ist in den vergangenen Jahren deutlich teurer geworden – rund 40 Prozent

mehr seit 2019. Früher haben viele Menschen vielleicht eine Hauptreise gemacht, dazu noch eine zweite Reise und vielleicht eine Kurzreise. Jetzt sehen wir erstmals einen Rückgang bei der Anzahl der Reisen, sowohl bei längeren Urlaubsreisen als auch bei Kurztrips. Gleichzeitig steigen die Umsätze weiter. Das bedeutet: Menschen investieren mehr Geld in die einzelne Reise. Der Anteil des Haushaltseinkommens für Reisen liegt weiterhin bei rund 7,1 Prozent – und viele sparen inzwischen sogar in anderen Bereichen, um sich ihren Urlaub leisten zu können.

Wenn KI immer stärker in die Reiseplanung eingreift – könnten sie irgendwann selbst zum Gatekeeper des Reisemarktes werden?

Das ist durchaus möglich. Vielleicht müssen wir irgendwann sogar eine neue Kategorie einführen: Buchung über KI.

Die entscheidende Frage wird sein, welche Rolle die einzelnen Akteure in diesem System spielen. Wenn eine KI komplette Reisen zusammenstellt, stellt sich natürlich die Frage, wer diese Leistung letztlich verantwortet.

Hier gibt es in Europa noch eine wichtige Hürde: die Pauschalreiserichtlinie. Wer ein komplettes Reisepaket anbietet, muss bestimmte Pflichten erfüllen – von der Absicherung bis zur Betreuung vor Ort. Diese Rolle zu übernehmen, ist für



Michael Buller zum Thema KI-Beratung: ich gehe davon aus, dass viele Menschen sich künftig von einer KI beraten lassen – mit ihrem persönlichen Geschmacksprofil, ihren Vorlieben und ihren Budgetvorstellungen.

Technologieunternehmen nicht trivial.

Wie lange bleibt dieser Schutzmechanismus bestehen?

Das ist schwer zu sagen. Das grundlegende Problem dieser Technologie ist ihre Geschwindigkeit. Innerhalb von nur drei Jahren ist KI zu einem alltäglichen Werkzeug geworden – für Texte, Bilder oder Informationen. Diese schnelle Gewöhnung der Nutzer ist ein entscheidender Faktor. Deshalb müssen wir uns als Branche ernsthaft fragen, welche Rolle wir künftig spielen wollen.

Ein anderes Thema, das derzeit für Diskussionen sorgt, ist das Cashback-Modell im Onlinever-

trieb. Wie beurteilen Sie diese Entwicklung?

Ich halte das für eine sehr problematische Entwicklung. Der Wettbewerb im Onlinevertrieb ist ohnehin extrem transparent. Ein Kunde kann innerhalb weniger Sekunden mehrere Portale vergleichen.

Wenn wir jetzt zusätzlich anfangen, unsere Produkte über Cashback oder Rabattschlachten zu vermarkten, dann reduzieren wir Reisen wieder auf den Preis. Dabei haben wir gerade erst ein Niveau erreicht, auf dem Reisen wieder als wertiges Produkt wahrgenommen wird. Wenn vor jedem Angebot wieder ein Rabattschild hängt, verlieren die Menschen den Blick für die eigentliche Leistung dahinter.

Sehen Sie eine Chance, diese Entwicklung über Regulierung zu stoppen?

Ehrlich gesagt glaube ich das nicht. Juristisch wird sich daran wahrscheinlich wenig ändern lassen. Am Ende wird die Branche selbst entscheiden müssen, ob sie diesen Weg weitergehen will. Wenn Cashback dauerhaft die Margen zerstört, werden Unternehmen irgendwann selbst merken, dass das kein nachhaltiges Modell ist. Ich hoffe deshalb eher auf wirtschaftliche Vernunft – und darauf, dass wir wieder stärker über die Qualität unserer Produkte sprechen.

Die Studienauswertung ist hier der VIR-Webseite zu finden:
[„VIR Daten & Fakten zum Online-Reisemarkt 2026“](#).



Vancouver: Nach ihrer Ankunft in Kanada erkunden die „Huskies“ die Stadt und die Umgebung.



Stanley Park: Die berühmteste Attraktion des Stanley Parks – und ein beliebter Foto-Hintergrund – ist die Sammlung von Totempfählen am Brockton Point.

Ein Traum in Weiß

Die 51. Dertour Campus Academy Alberta, Kanada, in führte die Reiseberater vor dem Hauptevent in Calgary am 22. Februar und dem Abschluss in Banff in 20 Vor- und einer Nachtour quer durch die weite Natur des Winterwunderlandes.

TRVL COUNTER durfte die „Huskies“ auf ihrer Tour „Naturspektakel im Yukon“ mit zwei Tagen in Vancouver begleiten. Die Erfahrungen zeigen: von Skifahren über Snowboarden, Schneeschuhwandern, Hundeschlitten- und Snowmobilmfahrten, Polarlichterbestaunen und Baden in heißen Quellen, Zugreisen durch die verschneite Landschaft bis zum Besuch von spannenden Museen wie etwa dem weltweit einzigen Museum für Menschenrechte in Winnipeg, Festivals und Food-Touren durch Städte wie Vancouver – Kanada ist auch im Winter eine Reise wert.

Die Hotel- und Flugkapazitäten mit Lufthansa, Discover Airlines und Air Canada sind jedenfalls vorhanden. Vorab eine Foto-Story, der ausführliche Bericht folgt im kommenden TRVL COUNTER QUARTERLY.



Mr. Yukon: Holger Bergold kennt den Yukon wie seine Westentasche. Er empfängt die „Huskies“ am Flughafen von Whitehorse für ihre Tour durch Eis und Schnee und begeisterte sie mit seiner liebenswerten Art und seinem profunden Wissen zum Territorium im Nordwesten Kanadas und den Bären.



Whitehorse: Bei frostigen Temperaturen landen die „Huskies“ im Yukon. Mit dem Kleinbus erkunden sie die kommenden Tage das Territorium im Nordwesten Kanadas.



Food Tour: In Vancouver unternimmt die Gruppe eine Food Tour und entdeckt die einheimischen Spezialitäten wie Poutine – Pommes mit Bratensauce und Käse.



Rocky Mountaineer: Juliane Duggen und Arlett Walleck machen es sich nach der Besichtigung des Luxuszuges im Speisewagen bequem.



Hundeschlittenfahrt: Mit einem Gespann von je acht Huskies fährt die Gruppe jeweils zu zweit auf einem Schlitten über den gefrorenen See.



Carcross: Mit Thermo-Kleidung und -Stiefeln ausgestattet frieren die „Huskies“ auch bei minus 30 Grad kaum.



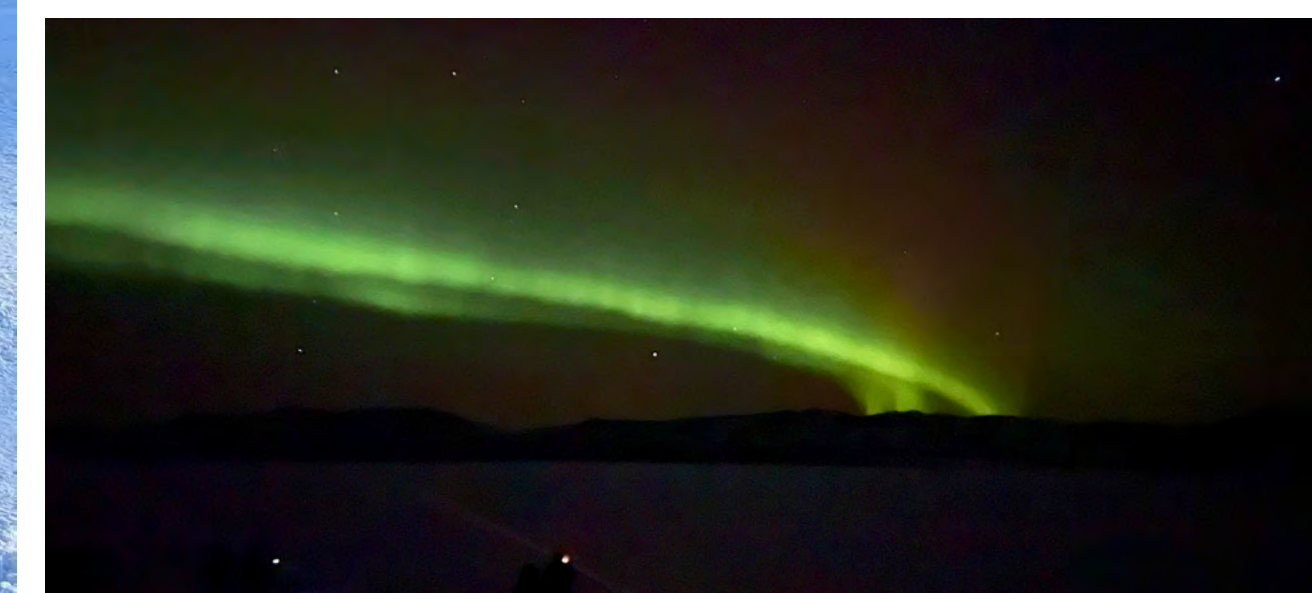
Cliff Walk: Schwindelfrei überqueren die „Huskies“ den fest am Felsen verankerte Cliff Walk gleich beben der Capilano Suspending Bridge.



Simon: Unser Fahrer – ein Deutsch-Kanadier – fährt uns zu den schönsten Spots und findet den besten Spot für die Polarlichter.



Site Inspection: Die Skala des Thermometers am Southern Lakes Resort am Tagish Lake reicht von plus 40 Grad bis minus 40 Grad.



Polarlichter: Parallel zu dem gefrorenen Yukon River überspannen die Nordlichter wie ein grüner Bogen die Landschaft.



Onlineweg optimiert Reisebüro-Webseiten

Onlineweg Zum Start ins neue Jahr erstrahlen die Partnerseiten von Onlineweg ab sofort in einem frischen Design.

Das Update solle die Partnerreisebüros dabei unterstützen, ihre Angebote noch besser zu präsentieren und das Kundenerlebnis auf ein neues Level zu heben, heißt es bei Onlineweg.

So soll Anpassung der Inhaltsbreite für eine zeitgemäße Oberfläche sorgen, die nicht nur optisch ansprechend ist, sondern auch die Conversion Rate positiv beeinflussen kann. Durch das breitere Design wurden die Randbereiche verschmälert, sodass Teaser

und Bilder sowohl von klassischen Veranstalterangeboten als auch bei eigenen Inhalten und Texten besser zur Geltung kommen.

Insgesamt soll die Optimierung eine aufmerksamkeitsstärkere Darstellung aller Inhalte, eine klarere Nutzerführung und insgesamt eine modernere Anmutung der Partnerseiten bewirken. „Mit der neuen Gestaltung schaffen wir nicht nur mehr Platz für Urlaubsträume, sondern unterstützen unsere Partner auch dabei, den hohen Erwartungen ihrer Kunden gerecht zu werden“, sagt Geschäftsführerin Melanie Willer.



Fotos: LCC/Squake

LCC integriert Emissions-Management von Squake

LCC Das Die Reisebüro-Organisation Luftansa City Center (LCC) bietet Geschäftskunden ab sofort digitale Lösungen für CO2-Reporting, Emissionsüberwachung und Kompensation direkt im Buchungsprozess. Möglich macht das eine neue Partnerschaft mit dem Technologieanbieter Squake, die auf das bestehende Nachhaltigkeitsportfolio von LCC aufsetzt.

Geschäftsreisen lassen sich damit nun noch klimabezogener planen: In den Onlinebuchungssystemen Cytric, Concur und Onesto zeigt LCC die voraussichtlichen CO2-Emissionen jeder Reise an. Kunden können Emissionen direkt im Buchungsvorgang kompensieren, die Abrechnung erfolgt automatisiert über die Kreditkarte.

Zudem stellt LCC eine SaaS-Lösung (Software as a Service) bereit, mit der Reisebüros und Unternehmen dynamische, prüfbare CO2-Berichte erstellen können. Grundlage ist das Carbon Verification Protocol (CVP), das standardisierte und auditierbare Emissionsdaten ermöglicht. Erweiterte Berechnungsstandards sollen die Vergleichbarkeit erhö-

hen. Mit dem neuen System erhalten Unternehmen so künftig präzise Daten zu Emissionen und Reisekosten. Diese Transparenz hilft dabei, Emissionsquellen zu erkennen und gezielt Maßnahmen zur Reduktion einzuleiten.

„Mit Squake haben wir einen idealen Partner an unserer Seite, um unseren Ansatz der ganzheitlichen digitalen Nachhaltigkeitsberatung konsequent weiter auszubauen“, ist LCC-Chef Markus Orth überzeugt.

Auch Squake-CEO Philipp von Lamezan sieht in der Kooperation Potenzial: „Wir freuen uns, gemeinsam mit Lufthansa City Center Kunden künftig noch gezielter zu beraten und mit fundierter Nachhaltigkeitskompetenz deren ESG-Performance weiter zu stärken.“

Die Lösung richtet sich nicht nur an Unternehmen, die unter die europäische Nachhaltigkeitsberichterstattung (CSRD) fallen, sondern auch an kleine und mittlere Betriebe. Sie soll helfen, Prozesse zu verschlanken, Kosten zu senken und gesetzliche Anforderungen zu erfüllen.

alltours

Düsseldorf

Service Agent
Reisebürosupport
(m/w/d)

JETZT BEWERBEN

🌟

Werden Sie ein Teil von alltours!

alltours

Düsseldorf

Kundenberater im
Reiseservice
(m/w/d)

JETZT BEWERBEN

🌟

Werden Sie ein Teil von alltours!

alltours

Düsseldorf

Service Agent
Reisebürosupport
(m/w/d)

JETZT BEWERBEN

🌟

Werden Sie ein Teil von alltours!

DESTINATION



Foto: iStock

Coral Travel peilt eine Million Gäste in Ägypten an

Mit Investitionen in Hotels, Flugkapazitäten und Premiumangebote will Coral die Nachfrage nach Ägypten steigern.

Die Coral Travel Group will künftig insgesamt eine Million Gäste nach Ägypten bringen und baut dafür ihr Geschäft im deutschsprachigen Raum aus. 2025 reisten bereits 850.000 Gäste aus 15 Quellmärkten mit der Gruppe an den Nil und ans Rote Meer.

Ägypten ist strategischer Kernmarkt des Veranstalters. Aus Deutschland, Österreich und der Schweiz kamen zuletzt mehr als 170.000 Gäste. Der DACH-Raum gilt als zentraler Wachstumstreiber. Deutschland sei dabei „mehr als nur ein Volumenmarkt, sondern ein Qualitätsmarkt“, betont Coral-Chef Koray Cavdir.

Operativ stützt sich die Gruppe auf ihre Incoming-Agentur Odeon Tours. Parallel erweitert Coral das Hotelportfolio über alle Preissegmente hinweg. Besonders Marsa Alam entwickelt sich

dynamisch, während Hurghada und die Makadi Bay feste Größen bleiben. Eigene Hotelmarken und neue Fünf-Sterne-Konzepte stärken das Premiumsegment.

Auch Ägypten investiert in Infrastruktur und Kultur: Modernisierte Flughäfen in Hurghada, Marsa Alam und Sharm El Sheikh sowie Projekte wie das Grand Egyptian Museum nahe den Pyramiden von Gizeh sollen zusätzliche Impulse setzen.

Für Coral ist klar: Der Weg zur Millionenmarke führt über Qualitätsausbau, differenzierte Produkte und wachsende Kapazitäten im Flug- und Hotelbereich. „Ägypten hat sich in den vergangenen Jahren zu einem ganzjährigen, vielseitigen Reiseziel für unterschiedliche Zielgruppen entwickelt“, betont Coral-Chef Koray Cavdir. ⚓

LUST AUF EINEN STANDURLAUB?



Wenn du während der ITB einen Boxenstopp brauchst, dann stell dein Navi auf **Halle 9, Stand 305** und gönn dir eine Auszeit auf unserer Isle of Smiles. Hier erwarten dich Branchenfreunde, mit denen man gerne seinen Standurlaub verbringt. **Komm vorbei und freu dich auf ein Lächeln, das nicht im Messeplan steht.**



RENT A SMILE



Foto: Hauser Exkursionen

Hauser Exkursionen holt Jeanette Buller

Jeanette Buller verantwortet seit Anfang Februar Marketing, Vertrieb und Flug bei Hauser Exkursionen.

Der Münchner Trekking-Spezialist Hauser Exkursionen erweitert sein Führungsteam: Seit Anfang Februar verantwortet Jeanette Buller die Bereiche Marketing, Vertrieb und Flug.

Die studierte Betriebswirtin und gelernte Hotelfachfrau ist seit 35 Jahren in der Touristik tätig, vor allem in Marketing und Vertrieb. Zuletzt war sie als Vertriebsdirektorin Europa bei G Adventures tätig. Insgesamt hat Buller acht Jahre für den kanadischen Veranstalter gearbeitet.

Buller komplettiert damit das Hauser-Führungsteam als eine von drei Bereichsleiterinnen: Neben ihr verantwortet Anja Schillinger die Bereiche Personal und Prozesse, Tanja Rochus leitet den Bereich Touristik.

Veranstalter-Chef Manfred Häupl hat sich nach der Übernahme durch Studio-

sus zum Jahreswechsel 2025/2026 aus dem operativen Geschäft zurückgezogen und wird im Sommer in den Ruhestand gehen.

„Wir freuen uns sehr, mit Jeanette Buller eine Expertin mit viel Erfahrung in Marketing und Vertrieb in der Touristik an Bord geholt zu haben“, sagt Philip Edel, Geschäftsführer der Studiosus-Gruppe.

„Die Vision von Hauser Exkursionen, die Welt mit jeder Reise einen Schritt besser zu machen, überzeugt mich zutiefst. Diese Haltung prägt das Unternehmen seit über 50 Jahren – und zeigt sich in Slow Trekking, kleinen Gruppen und verantwortungsbewusstem Reisen“, erklärt Buller. „Ich freue mich darauf, diese Positionierung weiter zu schärfen, unsere Marke zu stärken und nachhaltiges Wachstum zu gestalten.“

Stellen Sie intelligenter ein. Sparen Sie Zeit. Finden Sie die richtigen Leute.

HR-Prompt-Kit für Reisebüros -
Von Aufgabenchaos zur passenden Stellenanzeige

Preis: 29,99 EUR

- 6 aufeinander aufbauende Prompts für ChatGPT & Co.
- Strukturierte Analyse von Aufgaben und Entlastungspotenzialen
- Entwicklung eines klar abgegrenzten Stellenprofils
- Erstellung einer fertigen Stellenanzeige (Kurz- & Standardfassung)
- Markt- & Realitätscheck
- Perspektivwechsel aus Sicht potenzieller Bewerber:innen

Jetzt bestellen



TRVL COUNTER
WIR SEHEN REISEN MIT ANDEREN AUGEN

Einfach Prompts kopieren, Fragen beantworten –
in 15–30 Minuten entsteht ein klares,
sofort einsetzbares Ergebnis.
Sie brauchen kein technisches Vorwissen.

TVG und Reiseland treffen sich zur Jahrestagung in Abu Dhabi

Die Künstliche Intelligenz, Digitalisierung und Generationenwechsel stehen im Mittelpunkt der zweiten gemeinsamen Jahrestagung von TVG und Reiseland Franchise. Das Treffen findet vom 13. bis 18. Mai 2026 in Al Ain und Abu Dhabi statt.

Rund 250 Inhaberinnen und Inhaber von Reisebüros beider Franchise-Systeme kommen dort mit Veranstaltern, Airlines und weiteren Branchenpartnern zusammen. Die Tagung steht unter dem Motto „Zukunft ist kein Zufall“ und greift den gesellschaftlichen Wandel und die Auswirkungen auf die Touristik auf. Die Tagung greift diese Entwicklungen auf und leitet daraus konkrete Impulse für Prozesse, Führung und Entscheidungsfindung im Reisebüro ab, so der Ansatz.

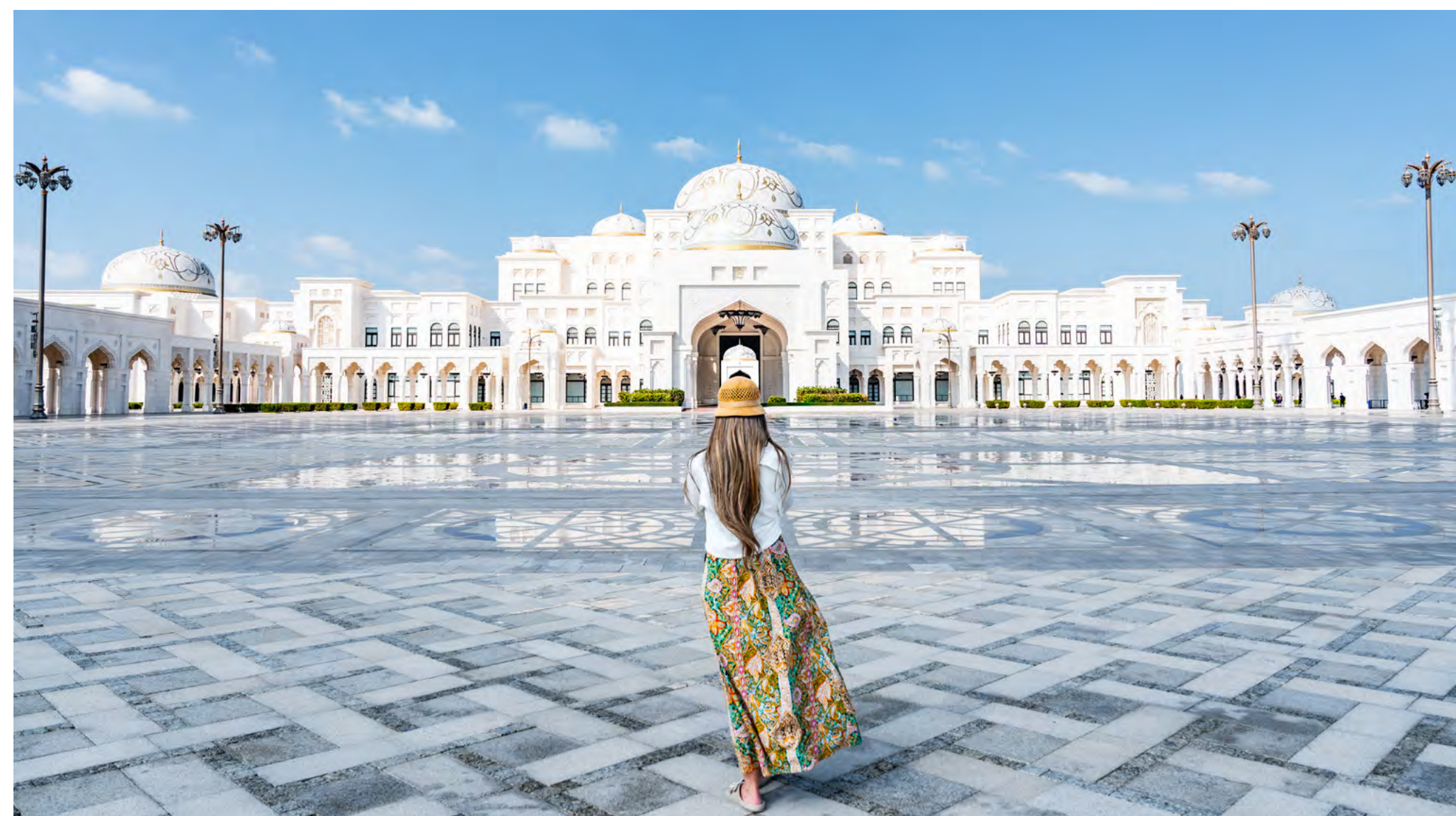


Foto: iStock

Geplant ist eine Keynote der Zeitgeistforscherin Kristine Fratz. Branchenexperten beleuchten Chancen und Herausforderungen. Interaktive Work-

shops sowie eine begleitende Reise-messe mit Partnern der Branche bieten Raum für Austausch.

Programm in zwei Etappen

Der inhaltliche Auftakt erfolgt am 14. Mai in Al Ain. Am 15. Mai stehen das zentrale Plenum, Workshops mit Schwerpunkt auf Veranstalterpartner sowie die Reisemesse auf dem Programm. Am 16. Mai wechselt die Tagung nach Abu Dhabi. Dort lädt die TVG anlässlich ihres 30-jährigen Bestehens zu einer Jubiläumsparty ein. Der 17. Mai ist dem Vertrieb gewidmet.

Anna Schwingenschlögl, Bereichsleiterin Franchise bei Reiseland, ergänzt: „Mit der gemeinsamen Jahrestagung setzen wir ein starkes Zeichen für die Zukunftsfähigkeit unserer Organisationen und stellen unsere Alleinstellungsmerkmale deutlich heraus.“

IMPRESSUM

TRVL COUNTER

Wir sehen Reisen mit anderen Augen

Life! Verlag GmbH & Co. KG
Am Kaiserkai 69, 20457 Hamburg
Registergericht Hamburg HRA 117324
www.lifeverlag.de

HERAUSGEBERIN
Irena Roth

CHEFREDAKTEUR / VISDP
Jean-Marc Götttert
jean-marc.goetttert@trvlcounter.de

LAYOUTKONZEPT
Bruni Davenport

REDAKTIONELLE MITARBEIT
Felix Hormel, Iris Quirin

NEWSLETTER ABONNIEREN
<https://trvlcounter.de/digital>

MARKETING & SALES
Andreas Lentz (Ltg.)
Tel. +49 (40) 38 90 40-24
andreas.lentz@lifeverlag.de

Alexandre Jouravel,
Tel. +49 (40) 38 90 40-28
alexandre.jouravel@lifeverlag.de

Es gilt die Anzeigenpreisliste
Nr. 8/2026
<https://trvlcounter.de/content/mediadaten>
© 2026 Life! Verlag GmbH & Co. KG.

FREMDGELESEN: WAS ANDERE MEDIEN BERICHTEN

Schärfere Einreiseregeln nicht vor Jahresmitte erwartet

STERN | Wer in die USA einreisen möchte, muss möglicherweise bald mehr Informationen über sein Privatleben preisgeben. Auch Social-Media-Infos könnten verlangt werden. [Mehr](#)



Hoteltester sagt, wie Sie eklige Hotelzimmer sofort erkennen

FOCUS | Hoteltester Michael Bauer verrät, wie Gäste schon vor der Buchung die Hygiene eines Hotels bewerten können – und was zu tun ist, wenn der erste Eindruck vor Ort enttäuscht. [Mehr](#)



Warum besitzt nur der Mensch ein Kinn?

GEO | Weder Schimpansen noch Neandertaler besitzen ein Kinn. Eine aktuelle Analyse zeigt, wie ausgerechnet Homo Sapiens zu dem markanten Knochenvorsprung am Unterkiefer kam. [Mehr](#)



Epstein-Enthüllung: Hyatt-CEO übernimmt Vorsitz

HOGAPAGE | Thomas Pritzker, Aufsichtsratschef der Hyatt Group, hat sein Amt niedergelegt nach Enthüllungen über langjährigen Kontakte zu Jeffrey Epstein. [Mehr](#)

Leben, wo andere Urlaub machen: Diese Orte bezahlen Zuwanderer

REISEREPORTER | Verschiedene Regionen auf der Welt versuchen, ihre schwindenden Bevölkerungszahlen wieder nach oben zu treiben. Welche Gemeinden dir fürs Hinziehen Geld bezahlen und welche Bedingungen erfüllt werden müssen. [Mehr](#)



Nach Aufruhr um wertvolle Geige: Lufthansa ändert Handgepäckregeln

AERO TELEGRAPH | Star-Geigerin Carolin Widmann musste ihre Millionen-Geige ohne Kasten im Flugzeug auf ihrem Schoß transportieren. Ein großes Risiko. Nun ändert Lufthansa die Handgepäckregeln für Musikinstrumente. [Mehr](#)



Regierungsflugzeuge waren zuletzt häufiger ohne Regierungsvertreter unterwegs als mit ihnen

SPIEGEL | Die Flugbereitschaft bringt den Kanzler, seine Kabinettsmitglieder und den Bundespräsidenten zu ihren Terminen. Neue Zahlen des Verteidigungsministeriums zeigen, wie oft die Maschinen zuletzt ohne Passagiere in der Luft waren. [Mehr](#)

