

TRVL COUNTER *Digital*

WIR SEHEN REISEN MIT ANDEREN AUGEN

Anzeige

Coraltravel

LAST MINUTE DEALS

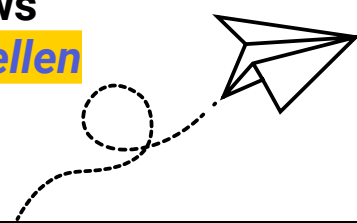
...BIS ZU **40% RABATT**

JETZT BUCHEN

Feier:
35 Jahre
Lufthansa
City Center
Seite 15

Der Markt fährt auf Sicht

Die Deutschen buchen weiter Reisen – allerdings immer später. Last Minute stützt den Markt, doch Vorausbuchungen für Sommer und Winter bleiben schwach. Reisebüros verlieren dabei zunehmend den Anschluss.



Jean-Marc Göttert
 Chefredakteur

Die Zukunft entscheidet sich jetzt

KI verändert die Touristik rasant – doch gerade deshalb werden Vertrauen, Kompetenz und persönliche Beratung zum wichtigsten Erfolgsfaktor.

Kaum ein Thema kommt derzeit ohne den Begriff Künstliche Intelligenz aus. Doch wer genauer hinschaut, erkennt: Es geht um weit mehr als neue Technologien. Es geht um die Frage, wie sich Reisebüros, Veranstalter und Leistungsträger künftig positionieren – und wodurch sie sich in einem zunehmend digitalen Markt unterscheiden.

Die Antworten in dieser Ausgabe fallen bemerkenswert einheitlich aus. Markus Orth sagt: „Vertrauen ist mit KI nicht skalierbar.“ MSC-Deutschlandchef Jörg Eichler ist überzeugt, dass der Wettbewerb nicht über Rabatte, sondern über Kompe-

tenz entschieden wird. Und gleichzeitig wird deutlich: Wer heute nicht in Technologie investiert, wird morgen den Anschluss verlieren.

Genau diese Balance wird zur entscheidenden Aufgabe. Innovation dort, wo sie Prozesse vereinfacht und Beratung stärkt. Menschliche Nähe dort, wo sie Orientierung schafft und Vertrauen entstehen lässt.

Mit exklusiven Interviews, Analysen und Hintergründen ordnen wir diese Entwicklungen für Sie ein.

Viel Spaß bei der Lektüre! ✂

Inhalt

TOP-NEWS

- 04 Reisebüros profitieren kaum vom Last-Minute-Geschäft
- 05 Nordic Holidays schnürt neue Reisepakete mit Hurtigruten

INTERVIEW DER WOCHE

- 06 Mit Jörg Eichler von MSC: „Der Wettbewerb darf nicht über Rabatte entschieden werden“
- 08 Weltreise mit der Vasco da Gama
- 09 Olimar: Provisionsmodell bleibt
- 10 Bentour 2027: Gleiche Konditionen
- 10 Meiers Weltreisen führt neue Produktlinie ein

- 10 TVG und Reiseland verschieben Abu-Dhabi-Tagung auf 2027

COUNTER

- 11 Aida ersetzt Orientreisen
- 11 SKR legt Fernreise-Programm auf
- 13 Arosa veröffentlicht Jubiläumskatalog mit neuen Routen

NEWS DER WOCHE

- 15 LCC-Unternehmenratung: Feier zu 35 Jahre Lufthansa City Center

CHECK-OUT

- 18 Washington öffnet verborgenes Geschoss des Lincoln Memorials
- 18 Impressum

DAS NEUE QUARTERLY JETZT LESEN!

DIE NEUE SOMMERAUSGABE JUNI 2026 IST DA

Hier gratis
 herunterladen



PRINTMAGAZIN QUARTERLY SOMMER, JUNI 2026 / trvlcounter.de / D 15 €

TRVL COUNTER

WIR SEHEN REISEN MIT ANDEREN AUGEN

★
AIDA
 Vom Kussmund zur
 Kultmarke – 30 Jahre
 Pionierleistung in der
 Kreuzfahrt
 Seite 84

Der Herausforderer

Koray Çavdir hat Coral Travel vom Underdog zum Aufsteiger geformt und steuert auf die Umsatzmilliarde zu. Ein Porträt über Aufbruch, Führung und den Weg zur Milliardenmarke.

NEW

HARTMANN VS. PLOSS
 BEIM BTW-GIPFEL ZEIGT SICH
 DIE UNGEDULD EINER BRANCHE
 GEGENÜBER DER POLITIK. Seite 40

DER LEISE ZAUBER DES OMAN
 OMAN BEGEISTERT MIT
 GELEBTER TRADITION UND
 WOHLTUENDER GELASSENHEIT. Seite 100



RHÔNE FÜR ROMANTIKER: An Bord der Riverside Ravel. Seite 92

CHECK-IN

Frank Gehrys letztes Kulturprojekt

Startschuss für Abu Dhabis wegweisendes Kulturzentrum

Mit Dar al Funoon Abu Dhabi entsteht auf Saadiyat Island ein neues Zentrum für darstellende Künste. Das vom verstorbenen Stararchitekten Frank Gehry entworfene Kulturhaus soll 2030 eröffnen und als eine der modernsten Spielstätten der Region Oper, Ballett, Theater, Konzerte und weitere Live-Produktionen auf internationalem Spitzenniveau präsentieren.

Geplant sind eine Konzerthalle, ein Open-Air-Amphitheater, ein Studiotheater und ein Jazzclub mit einer Gesamtkapazität von mehr als 6.000 Besuchern. Das Haus wird an 365 Tagen im Jahr bespielt und soll neben internationalen Spitzenproduktionen auch Künstlerresidenzen, Nachwuchsförderung sowie internationale Kooperationen ermöglichen.

Mit der Investition erweitert Abu Dhabi den Kulturbezirk auf Saadiyat Island konsequent und unterstreicht den Anspruch, sich als weltweit führende Kultur- und Tourismusdestination zu etablieren. Das neue Zentrum soll zugleich zusätzliche Kulturtouristen anziehen, die Kreativwirtschaft stärken und den kulturellen Austausch zwischen internationalen und regionalen Künstlern fördern.

visitabudhabi.ae





Reisebüros profitieren kaum vom Last-Minute-Geschäft

Kurzfristige Buchungen stützen zwar den Veranstaltermarkt, laufen aber spürbar an den Reisebüros vorbei. Das Geschäft geht – wenn auch nicht bärenstark – in die Direktkanäle der Veranstalter und in die OTAs. Im stationären Vertrieb fällt der Sommer bereits ins Minus.

Trotz anziehender kurzfristiger Urlaubsbuchungen bleibt der deutsche Veranstaltermarkt im Mai unter Druck. Die Sommersaison liegt bei den Umsatzeingängen sieben Prozent unter Vorjahr, die kumulierte Bilanz rutscht mit einem dünnen Prozent gerade so noch ins Plus.

Für die Wintersaison 2026/2027 fällt das Bild deutlich schwächer aus: Nach einem Minus von 19 Prozent im Mai steht die Saison bereits übers Jahr betrachtet bei minus sieben Prozent.

Kurzfristgeschäft stützt den Mai

Im Buchungsmonat Mai gewinnt das Last-Minute-Geschäft klar an Gewicht. Reisen mit Buchung und Abreise im selben Monat stehen für 29 Prozent des Monatsumsatzes und damit vier Prozentpunkte mehr als im Vorjahr.

Indessen bleibt allerdings der Blick auf die kommenden Reisemonate verhalten: Die Sommerferien im Juli und August liegen sieben Prozent unter Vorjahr, für die Herbstferien im Oktober wurde sogar ein Viertel weniger Umsatz eingebucht.

Damit wird sichtbar: Die Verbraucher bleiben reisebereit, steuern im Markt aber zunehmend „auf Sicht“, entweder über kurzfristiges und abwartendes Buchungsverhalten. Das stabilisiert den laufenden Sommer, reicht aber nicht aus, um die breiteren Rückgänge im Vorausgeschäft zu kompensieren.

Reisebüros verlieren Anschluss

Getragen wird das knappe Sommerplus vom Direktvertrieb der Veranstalter und den OTAs. Im stationären Vertrieb ist

TOP-NEWS DER WOCHE

die Sommerbilanz bereits auf minus sechs Prozent gefallen. Besonders deutlich schlägt dort der Rückgang bei Fernreisen zu Buche, die im Reisebürogeschäft um 16 Prozent unter Vorjahr liegen.

Der Markt driftet damit weiter auseinander: Kurzfristige, flexible Buchungen funktionieren, längere Vorläufe und höherpreisige Fernreiseprodukte geraten dagegen zunehmend unter Druck. Für die Vertriebswege wird das zum entscheidenden Unterschied.

Winter startet schwach

Noch schwerer wiegt die Entwicklung für die Wintersaison 2026/2027. Nach einem zunächst stabilen Frühbucherauftakt hat der Mai die Bilanz deutlich

verschlechtert. Kumuliert liegt der neue Winter inzwischen sieben Prozent unter Vorjahr.

Besonders schwach entwickeln sich die Fernreisen mit minus 13 Prozent. Auch die östliche Mittelstrecke verliert acht Prozent, das Zugpferd Kreuzfahrten liegt sieben Prozent hinten. Stabiler präsentiert sich nur die Mittelstrecke West mit minus zwei Prozent, während erdgebundene Reisen mit plus 31 Prozent Umsatz und plus 18 Prozent Pax deutlich zulegen.

Die zentrale Botschaft lautet damit: Kurzfristbuchungen federn den Sommer ab, ändern aber nichts daran, dass der Markt bei Fernreisen und Wintervorabuchungen klar an Schwung verliert. ⚓

Nordic Holidays schnürt neue Reisepakete mit Hurtigruten

Skandinavien-Spezialist Nordic Holidays und Postschiffanbieter Hurtigruten machen gemeinsame Sache und bieten Seereisen auf der norwegischen Postschiffroute ab sofort erstmals mit Vor- und Nachprogrammen an. Die Reisepakete kombinieren die klassische Küstenroute mit Anreisen ohne Flug, Bahnfahrten oder Hotelübernachtungen.

Anreise per Fähre oder Bergenbahn

Die neuen Angebote ergänzen die klassischen Reisen zwischen Bergen und Kirkenes. Reisende können ihre Seereise unter anderem mit einer Anreise ohne Flug ab Kiel an Bord der Color Line oder mit einer Fahrt auf der Bergenbahn verbinden.

Zusätzlich hat Nordic Holidays Pauschalpakete für die All-inclusive-

Abfahrten der sogenannten „Signature Reisen“ von Hurtigruten entwickelt. Diese umfassen neben der Seereise auch Hotelübernachtungen und Anreiseleistungen.

Zum Angebot gehört unter anderem eine achttägige Hurtigruten-Reise von Bergen nach Kirkenes mit Vollpension, einer Hotelübernachtung in Kirkenes und allen Transfers.

Ebenfalls buchbar ist eine viertägige Reise auf dem Göta-Kanal von Göteborg nach Stockholm mit Vollpension, Ausflügen und deutschsprachiger Reisebegleitung.

Nordic Holidays wurde 1998 gegründet und ist auf Reisen nach Skandinavien spezialisiert. Zum Programm gehören unter anderem Reisen ins winterliche Lappland sowie Fahrten auf dem Göta-Kanal.

TRVLCOUNTER

Fakten. Fokus. Führung

Weniger Meldungen, mehr Substanz

- ✓ Die fünf wichtigsten Trends der Woche
- ✓ Von der Chefredaktion empfohlene Top-News
- ✓ Einordnung und Analyse
- ✓ Aktuelle Trends und Studien
- ✓ Exklusiv-Interview mit Führungskräften

NEU

für Entscheider
und Führungskräfte

INSIGHTS FÜR ENTSCHEIDER

Mit „Entscheider-Insights“ startet TRVL COUNTER ein bewusst fokussiertes, kuratiertes Newsletterformat für Reisebüro-Inhaber, Führungskräfte im Vertrieb, Verantwortliche bei Veranstaltern, Verbänden sowie Leistungsträgern der Branche.

DAS PRINZIP: WENIGER MELDUNGEN, MEHR SUBSTANZ

Neuer Newsletter: Jeden Freitagmittag bündeln wir die fünf wichtigsten Entwicklungen der Woche – kompakt, eingeordnet und mit klarem Blick auf ihre strategische Relevanz.

Die Redaktion ordnet Trends ein, kommentiert Hintergründe und empfiehlt gezielt Inhalte, die für Vertrieb, Produktstrategie, Kooperationen und Marktpositionierung relevant sind.

JEDE AUSGABE MIT EINEM „INTERVIEW DER WOCHE“

Wir bringen außerdem ein exklusives Hintergrundgespräch mit führenden Köpfen der Branche zu aktuellen Herausforderungen, Trends und strategischen Perspektiven. Der neue Newsletter „Entscheider-Insights“ erscheint ab sofort jeden Freitagmittag.



SCAN ME

„ENTSCHEIDER-INSIGHTS“ IST DER KOMPASS DURCH DIE NACHRICHTENFLUT, VERDICHET ZU KLAREN KURSLINIEN FÜR FÜHRUNGSKRÄFTE MIT WENIG ZEIT. WER DIESEN NEWSLETTER LIEST, ERHÄLT EINEN KOMPAKTEN ÜBERBLICK ÜBER DIE ENTWICKLUNGEN, DIE FÜR DAS EIGENE GESCHÄFT WIRKLICH ZÄHLEN – UND DAMIT EINEN FUNDIERTEN INFORMATIONSVORSPRUNG.

[HTTPS://TRVLCOUNTER.DE/NEWSLETTER-BESTELLEN/](https://trvlcounter.de/newsletter-bestellen/)



Herr Eichler, Sie übernehmen den DACH-Markt in einer Phase, in der die Kreuzfahrt zu den Gewinnern im Tourismus gehört. Wo sehen Sie die größten Chancen für MSC?

Deutschland ist für MSC Cruises einer der wichtigsten Quellmärkte weltweit. Wir haben hier in den vergangenen Jahren konsequent investiert und uns als klare Nummer drei etabliert. Darauf können wir aufbauen. Gleichzeitig glaube ich aber, dass wir das eigentliche Potenzial des Marktes noch längst nicht ausgeschöpft haben.

Die Konkurrenz im deutschsprachigen Raum ist aber groß, oder?

Ja, aber unser Ziel ist gar nicht, Kunden von Aida oder TUI Cruises wegzunehmen. Natürlich konkurrieren wir miteinander, aber unser eigentlicher Ansatz ist ein anderer: Wir wollen den gesamten Kreuzfahrtmarkt vergrößern. Es gibt nach wie vor viele Menschen, die noch nie eine Kreuzfahrt gemacht haben. Genau diese Zielgruppe möchten wir begeistern. Wenn man sich die Zahlen anschaut, sieht man das sehr deutlich. Deutschland ist inzwischen der zweitgrößte Kreuzfahrtmarkt der Welt. Gleichzeitig machen Kreuzfahrten ge-



INTERVIEW

Zur Person

Jörg Eichler ist seit dem Frühjahr 2025 Managing Director von MSC Cruises und Explora Journeys für Deutschland, Österreich und die Schweiz. Der Kreuzfahrtexperte war viele Jahre in leitenden Vertriebsfunktionen bei TUI Deutschland tätig und anschließend Geschäftsführer Vertrieb und Marketing bei Aida Cruises. 2013 übernahm er als CEO bei Arosa Flussschiff die Gesamtverantwortung für das Flusskreuzfahrtgeschäft und blieb dort bis zum Frühjahr 2025. Mit seinem anschließenden Wechsel zu MSC Cruises kehrt Eichler nun in die Hochseekreuzfahrt zurück und verantwortet einen der weltweit wichtigsten Quellmärkte der Reederei.

„Der Wettbewerb darf nicht über Rabatte entschieden werden“

Persönliche Beratung bleibt aus Sicht von Jörg Eichler der Schlüssel zum Kreuzfahrtverkauf. Im Interview erklärt der DACH-Chef von MSC Cruises, warum KI den Counter nicht ersetzt, weshalb er Cashback kritisch sieht und wie die Reederei den Markt weiter ausbauen will.

Text | Jean-Marc Götttert

messen an allen Urlaubsreisen immer noch einen vergleichsweise kleinen Anteil aus.

Viele Reisebüros vergleichen MSC mit AIDA oder TUI Cruises. Ist dieser Vergleich überhaupt sinnvoll?

Nur teilweise. Natürlich bewegen wir uns im gleichen Markt. Aber wir haben bewusst eine andere Positionierung. Unsere Stärke liegt im internationalen Flair. Wer Lust hat, Menschen aus ganz Europa und aus der ganzen Welt kennenzulernen, verschiedene Kulturen zu

erleben und ein mediterranes Lebensgefühl zu genießen, findet das bei MSC. Das bedeutet aber keineswegs, dass deutsche Gäste auf Komfort verzichten müssen. Alle wichtigen Informationen an Bord gibt es selbstverständlich auf Deutsch, ebenso deutschsprachige An-

sprechpartner an Rezeption oder Guest Service. Das internationale Publikum ist deshalb keine Hürde, sondern ein zusätzlicher Erlebnismfaktor.

Gleichzeitig bauen Sie Ihre Präsenz in deutschen Häfen konsequent aus.

Ja, aber wir sind schon seit Jahrzehnten in Deutschland präsent. Gerade erst haben wir 20 Jahre kontinuierliche Präsenz in Kiel gefeiert. Auch Hamburg und Warnemünde gehören seit vielen Jahren zu unserem Hafennetzwerk. Dazu kommt unsere Flotte: Wir verfügen über eine enorme Routenvielfalt und zahlreiche Ein- und Ausschiffungshäfen.

Neue Schiffe werden immer spektakulärer. Wird das Schiff inzwischen wichtiger als die Route?

Die Route gehört für deutsche Gäste nach wie vor zu den wichtigsten Buchungsgründen. Gleichzeitig eröffnen moderne Schiffe völlig neue Möglichkeiten. Familien, die bisher Cluburlaub oder Ferienparks gebucht haben, entdecken plötzlich Kreuzfahrten für sich, weil sie an Bord Wasserparks, Entertainment, Sportangebote oder Freizeitmöglichkeiten finden, die früher ausschließlich an Land existierten. Es geht also nicht darum, die klassische Kreuzfahrt neu zu definieren, sondern den Markt zu erweitern und neue Zielgruppen anzusprechen.

Ein Erfolgsmodell ist hier der MSC Yacht Club. Wie entwickelt sich dieses Premiumsegment?

Außerordentlich gut. Die Nachfrage wächst seit Jahren kontinuierlich. Deshalb investieren wir inzwischen sogar

in den nachträglichen Einbau von Yacht Clubs auf weiteren Schiffen. Besonders erfreulich ist, dass Deutschland, Österreich und die Schweiz inzwischen nach den USA unser zweitwichtigster Markt für den Yacht Club sind. Das zeigt sehr deutlich, dass hochwertige Kreuzfahrtangebote im deutschsprachigen Markt eine enorme Nachfrage haben.

»Viele Kreuzfahrten sind inzwischen günstiger als vergleichbare Landgestpützte Urlaubsangebote«

Auf der anderen Seite klagen etwa Familien über steigende Urlaubskosten. Ist eine Kreuzfahrt heute überhaupt noch bezahlbar?

Ich würde sogar behaupten, dass viele Kreuzfahrten günstiger sind als vergleichbare landgestützte Urlaubsangebote. Natürlich hängt das immer von Saison, Route oder Kabinenkategorie ab. Aber genau hier beginnt die eigentliche Stärke der Reisebüros. Durch unsere vielen Abfahrtschiffe können Reiseberater sehr flexibel planen. Mal ist die Anreise mit dem Auto



Die MSC Euribia fährt im Sommer 2026 ab/bis Kiel auf unterschiedlichen Routen durch die norwegischen Fjorde und nach Nordeuropa

sinnvoll, mal mit der Bahn oder über einen anderen Flughafen. Diese Vielzahl an Möglichkeiten können Familien oft gar nicht selbst überblicken. Ich bin überzeugt, dass Reisebüros mit einer guten Beratung Angebote finden, die preislich unter einem vergleichbaren Cluburlaub liegen.

Die Nahostkrise und die Diskussion über steigende Kerosinpreise haben viele Urlauber verunsichert. Haben Sie das unmittelbar gespürt?

Ja, allerdings anders, als viele erwartet hätten. Interessanter-

weise sind unsere langfristigen Buchungen sogar gestiegen. Dagegen waren mittelfristige Buchungen zeitweise etwas zurückhaltender. Gleichzeitig beobachten wir heute einen deutlich stärkeren Last-Minute-Markt als früher. Das bedeutet für uns im Yield Management vor allem eines: Ruhe bewahren. Man darf nicht zu früh in Panik geraten oder vorschnell an der Preisschraube drehen.

Sie haben früh angekündigt, auf Treibstoffzuschläge zu verzichten. Warum war das wichtig? Weil Menschen heute vor allem

Planungssicherheit brauchen. Wer seinen Jahresurlaub bucht, möchte nicht Wochen später erfahren, dass plötzlich zusätzliche Kosten entstehen. Deshalb haben wir bewusst entschieden, keine Treibstoffzuschläge zu erheben. Gerade in einer Zeit geopolitischer Unsicherheiten schafft das Vertrauen.

Ein anderes kontrovers diskutiertes Thema ist Cashback. Nach den Gerichtsverfahren rund um Aida beschäftigt das inzwischen die gesamte Branche. Wie blickt MSC darauf? Für mich sollte Wettbewerb

grundsätzlich über Leistung stattfinden und nicht über Rabattschlachten. Natürlich gibt es unterschiedliche Vertriebsmodelle. Aber wenn der Markt beginnt, sich ausschließlich über Preisnachlässe zu definieren, verlieren am Ende alle Beteiligten. Reisebüros investieren sehr viel Zeit in Beratung, Produktauswahl und Kundenbetreuung. Diese Leistung muss auch einen Wert haben. Deshalb setzen wir auf partnerschaftliche Lösungen und den Dialog mit unseren Vertriebspartnern.

»Wer ausschließlich wegen eines Rabatts kauft, wird beim nächsten günstigeren Angebot wieder wechseln.«

Sie halten Cashback also nicht für ein geeignetes Instrument?

Ich glaube nicht, dass man damit langfristig loyale Kunden gewinnt. Wer ausschließlich wegen eines Rabatts kauft, wird beim nächsten günstigeren Angebot wieder wechseln. Kundenbindung entsteht durch Vertrauen, Kompetenz und Service. Gerade im Kreuzfahrtsegment

ist Beratung unglaublich wertvoll. Wir sprechen über unterschiedliche Reedereien, Schiffsklassen, Kabinenkategorien, Tarife, Anreisepakete und Routen. Das lässt sich eben nicht einfach vergleichen wie ein Standardprodukt. Deshalb sollten Reisebüros ihre Beratungsqualität selbstbewusst in den Mittelpunkt stellen. Das ist ihr eigentlicher Wettbewerbsvorteil.

Künstliche Intelligenz verändert derzeit den gesamten Reisevertrieb. Viele Reisebüros fragen sich, ob sie in einigen Jahren überhaupt noch gebraucht werden. Wie sehen Sie das?

Diese Diskussion erinnert mich sehr an die Zeit, als das Internet aufkam. Damals wurden Reisebüros ebenfalls für ein Auslaufmodell erklärt. Viele waren überzeugt, dass persönliche Beratung verschwinden würde. Das Gegenteil ist eingetreten. Ich glaube, dass wir mit KI etwas Ähnliches erleben werden. Natürlich wird sie viele Prozesse vereinfachen. Angebote werden schneller erstellt, Informationen schneller gefunden und Routineaufgaben automatisiert. Aber das ersetzt keinen Menschen.

Danks fürs Gespräch



Foto: nicko Cruises

172 Tage um die Welt mit der Vasco da Gama

Nicko Cruises hat die Weltreise 2027/2028 zur Buchung freigegeben und bietet auch eine verkürzte „Kleine Weltreise“ an.

Die Nicko Cruises schickt die Vasco da Gama am 4. November 2027 erneut auf Weltreise. In 172 Tagen führt die Route ab/bis Lissabon über sechs Kontinente, 41 Länder und zahlreiche Inselwelten, bevor das Schiff am 24. April 2028 in die portugiesische Hauptstadt zurückkehrt.

Neben der kompletten Weltreise bietet der Stuttgarter Veranstalter auch eine 125-tägige „Kleine Weltreise“ von Panama-Stadt bis Lissabon sowie neun einzeln oder flexibel kombinierbare Reiseabschnitte an. Alle Varianten sind sofort buchbar.

Die Route führt zunächst über die Azoren, die Kanarische Inseln und die Kap Verde in die Karibik und weiter durch den Panamakanal nach Mittelamerika. Weihnachten verbringen die Gäste in Costa Rica und Guatemala, den Jahreswechsel erleben sie vor

Cabo San Lucas. Anschließend nimmt die Vasco da Gama Kurs auf Französisch-Polynesien mit Stationen auf Moorea und Bora Bora. Über die Inselwelten der Südsee geht es weiter nach Sydney und entlang der australischen Ostküste bis nach Darwin.

Die Reise setzt sich über Indonesien, Malaysia und Singapur in den Indischen Ozean fort. Zu den weiteren Stationen zählen die Malediven, die Seychellen und Kenia. Zwischen Kenia und Südafrika stehen außerdem Madagaskar, Mauritius und La Réunion auf dem Fahrplan. In Südafrika ergänzen Safaris, die Garden Route sowie Kapstadt mit dem Tafelberg das Programm. Über Walvis Bay, Angola und die Atlantikinsel Ilhéu Bom Bom führt die letzte Etappe zurück nach Lissabon, wo die Weltreise am 24. April 2028 endet.

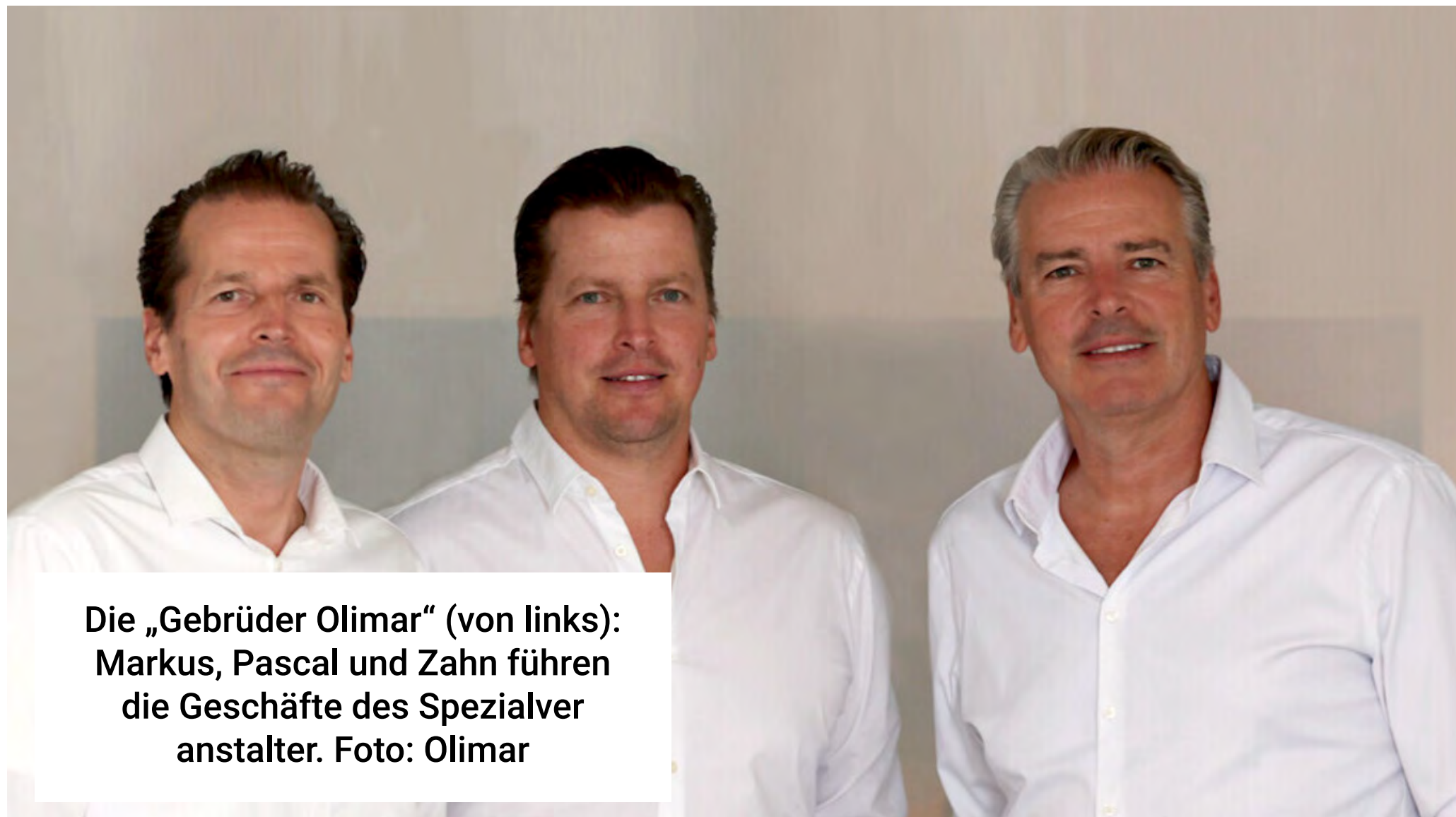
[Mehr Infos hier](#)



SCAN ME



„TRVL COUNTER DIGITAL“ ALLE 14 TAGE SONNTAGS VERFÜGBAR, SOFORT ZUM DOWNLOAD – MIT OPULENTEM MAGAZINLOOK, GROSSZÜGIGEN BILDSTRECKEN UND HOCHWERTIGEN INHALTEN AUS NEWS, PORTRÄTS UND INTERVIEWS. [HIER GRATIS BESTELLEN UND LESEN!](#)



Die „Gebrüder Olimar“ (von links): Markus, Pascal und Zahn führen die Geschäfte des Spezialveranstalter. Foto: Olimar

Olimar führt Provisionsmodell unverändert fort

Der Vertrieb bleibt für Olimar ein zentraler Partner. Deshalb erhalten Reisebüros weiterhin zehn Prozent Grundprovision ohne Mindestumsatz sowie zusätzliche Provisionen auf ausgewählte Leistungen.

Das CSüdeuropa-Spezialist Olimar setzt auch in der Saison 2026/2027 auf unveränderte Provisionen für Reisebüros. Die Grundprovision bleibt bei zehn Prozent ohne Mindestumsatz, in der Spitze bis zu 12,5 Prozent möglich.

Zusätzlich erhalten Reisebüros auf Versicherungsleistungen der Hansemerkur eine Festprovision von 20 Prozent. Auch der Olimar Flextarif bleibt Teil der verprovisionierbaren Leistungen. Dieser bietet Kunden mehr Flexibilität bei der Reiseplanung und wird zu 50 Prozent an Reisebüros vergütet.

„Fair, persönlich, partnerschaftlich“
„Gerade in einem Marktumfeld, das vielerorts von Veränderungen geprägt ist, sind Verlässlichkeit und Planungssicherheit wichtige Faktoren für eine er-

folgreiche Zusammenarbeit“, ist Olimar-Chef Pascal Zahn überzeugt. „Deshalb halten wir bewusst an unserem bewährten Provisionsmodell fest.“

Reisebüropartner, so Zahn, könnten sich darauf verlassen, „dass Olimar auch künftig für faire Konditionen, persönliche Betreuung und eine partnerschaftliche Zusammenarbeit steht.“

Für die kommende Saison sind bereits zahlreiche Reisen buchbar. Weitere Angebote sollen schrittweise freigeschaltet werden. Zum Portfolio gehören Portugal mit Madeira, Porto Santo und den Azoren sowie Reisen nach Spanien, Italien, Griechenland, Kroatien und auf die Kapverden. Olimar unterstützt Counter-Profis darüber hinaus mit persönlichen Ansprechpartnern, einem Expedientenportal sowie Webinaren, Info-reisen und Werbemitteln.

Die WM 2026 wird zur Reise

Spektakulär wie ein Treffer aus der Luft – die WM 2026 inspiriert neue Reisen: USA, Kanada, Mexiko und die Karibik mit Curaçao.

JETZT LESEN →

Spezial	APRIL 2026	CURACAO Die karibische Außenseiter-Story der WM	trvlcounter.de
----------------	------------	--	----------------

TRVL COUNTER

SPEZIAL ZUR WELTMEISTERSCHAFT 2026

Die WM 2026 wird zur Reise

Spektakulär wie ein Treffer aus der Luft – Die FIFA-WM 2026 wird zum Ausgangspunkt für neue Reisen. Wir stellen die USA, Kanada, Mexiko und einige Inseln der Karibik mit Curaçao vor.

TVG und Reiseland verschieben Abu-Dhabi-Tagung auf 2027

Aus der ursprünglich für 2026 geplanten gemeinsamen Jahrestagung von TVG und Reiseland Franchise wird vorerst nichts. Der Branchengipfel in Al Ain und Abu Dhabi wird auf das Frühjahr 2027 verschoben. Stattdessen veranstalten beide Organisationen ihre Partnertagungen in diesem Jahr getrennt.

Die TVG lädt vom 23. bis 25. Oktober zu ihrer Jubiläumstagung nach München ein. Rund 250 Teilnehmer werden unter dem Motto „Zukunft ist kein Zufall“ erwartet. Im Mittelpunkt stehen Themen wie Generationenwechsel, Digitalisierung und Künstliche Intelligenz. Neben einer Keynote der Kristine Fratz sind Vorträge von Branchenexperten sowie eine Reise-messe geplant. Die Veranstaltung markiert zugleich den Abschied von Birgit Aust. Nach fast 20 Jahren an der Spitze der TVG scheidet sie zum 31. Oktober 2026 aus der operativen Verantwortung aus.

Reiseland Franchise richtet seine Partnertage vom 16. bis 18. November an Bord des Flussschiffs Alena aus. Die Reise startet in Köln und richtet sich an Franchise-Partner, kreuzfahrtaffine Reisebüros sowie Reederei- und Veranstalterpartner. Rund 100 Teilnehmer werden erwartet. Formate wie „Schiffsklön-schnack“, „Geheimtipp-Lounge“ und „Cruise Expert“ sollen den fachlichen Austausch und die Vernetzung fördern. An den Plänen für einen gemeinsamen Branchengipfel halten beide Unternehmen fest. Die Veranstaltung in Al Ain und Abu Dhabi soll nun im Frühjahr 2027 nachgeholt werden.

Bentour bestätigt Provisionsmodell für 2026/2027

Bentour Reisen setzt auch im Geschäftsjahr 2026/2027 auf Kontinuität im Reisebürovertrieb. Freie Reisebüros in Deutschland und Österreich erhalten weiterhin elf Prozent Grundprovision ab der ersten Pauschalbuchung – ohne Mindestumsatz. Über insgesamt sechs Provisionsstufen kann die Vergütung abhängig vom Jahresumsatz auf bis zu 13 Prozent steigen. Bereits ab einem Jahresumsatz von 15.000 Euro greift die erste höhere Provisionsstufe.

Für Reisebüros, die einer Kette, Kooperation oder einem Franchise-System angehören, gelten weiterhin individuell vereinbarte Kon-

ditionen. Diese umfassen unter anderem höhere Grundprovisionen, Bonusmodelle sowie zusätzliche Vertriebs-, Marketing- und Serviceleistungen.

„In einem Markt, der von Veränderungen geprägt ist, brauchen Reisebüros Partner, auf die sie sich dauerhaft verlassen können“, sagt Deutschlandchefin Songül Göktas-Rosati. Verlässlichkeit bedeute für Bentour stabile Provisionen, transparente Rahmenbedingungen, persönliche Ansprechpartner, schnelle Unterstützung und ein gut verkäufliches Produktportfolio. Zum Angebot gehören außerdem Schulungen, Webinare, Inforeisen und

Veranstaltungen für Reisebüros. Als zusätzliche Verkaufsargumente nennt Bentour seine langjährige Türkei-Expertise, ein sorgfältig ausgewähltes Hotelportfolio, den Quick-Transfer mit maximal einem Zwischenstopp, flexible Tarifmodelle sowie die Betreuung der Gäste durch eine eigene Reiseleitung in den Zielgebieten.

Unverändert bleibt auch die flexible Regelung bei der Provisionsauszahlung. Reisebüros können weiterhin selbst entscheiden, ob die Provision bereits nach Eingang der Kundenanzahlung oder erst zu einem späteren Zeitpunkt vor Reisebeginn ausgezahlt wer-



Foto: iStock

Meiers Weltreisen führt neue Produktlinie ein

Mit „Go with the Flow“ führt Meiers Weltreisen ein neues Rundreisekonzept ein, das organisierte Reiseplanung mit größtmöglicher individueller Freiheit verbindet. Die Reisen sind sowohl als Pauschalreise inklusive Langstreckenflug als auch als modulare Bausteine buchbar.

Der Veranstalter übernimmt die Organisation von Route, Transfers, Zwischenflügen sowie der Unterbringung in Vier- und Fünf-Sterne-Hotels. Anders als bei

klassischen Rundreisen gibt es jedoch keinen festgelegten Tagesablauf. Stattdessen entscheiden die Gäste selbst, welche Sehenswürdigkeiten sie besuchen, welche Ausflüge sie unternehmen oder wann sie bewusst Zeit zum Entspannen einplanen.

Unterstützt werden sie dabei von lokalen Ansprechpartnern in den jeweiligen Destinationen. Diese geben Empfehlungen zu Restaurants, kulturellen Angeboten und Ausflügen, die sich bei

Bedarf auch kurzfristig vor Ort buchen lassen. Für die unkomplizierte Kommunikation stellt Meiers Weltreisen jeder reisenden Person eine kostenlose E-Sim zur Verfügung, sodass Fragen und Wünsche jederzeit per Messaging-Dienst geklärt werden können.

Zum Start umfasst das Programm zehn Rundreisen nach Peru, Chile, Argentinien, Brasilien, Mexiko, Kolumbien, Südafrika, Vietnam und China..

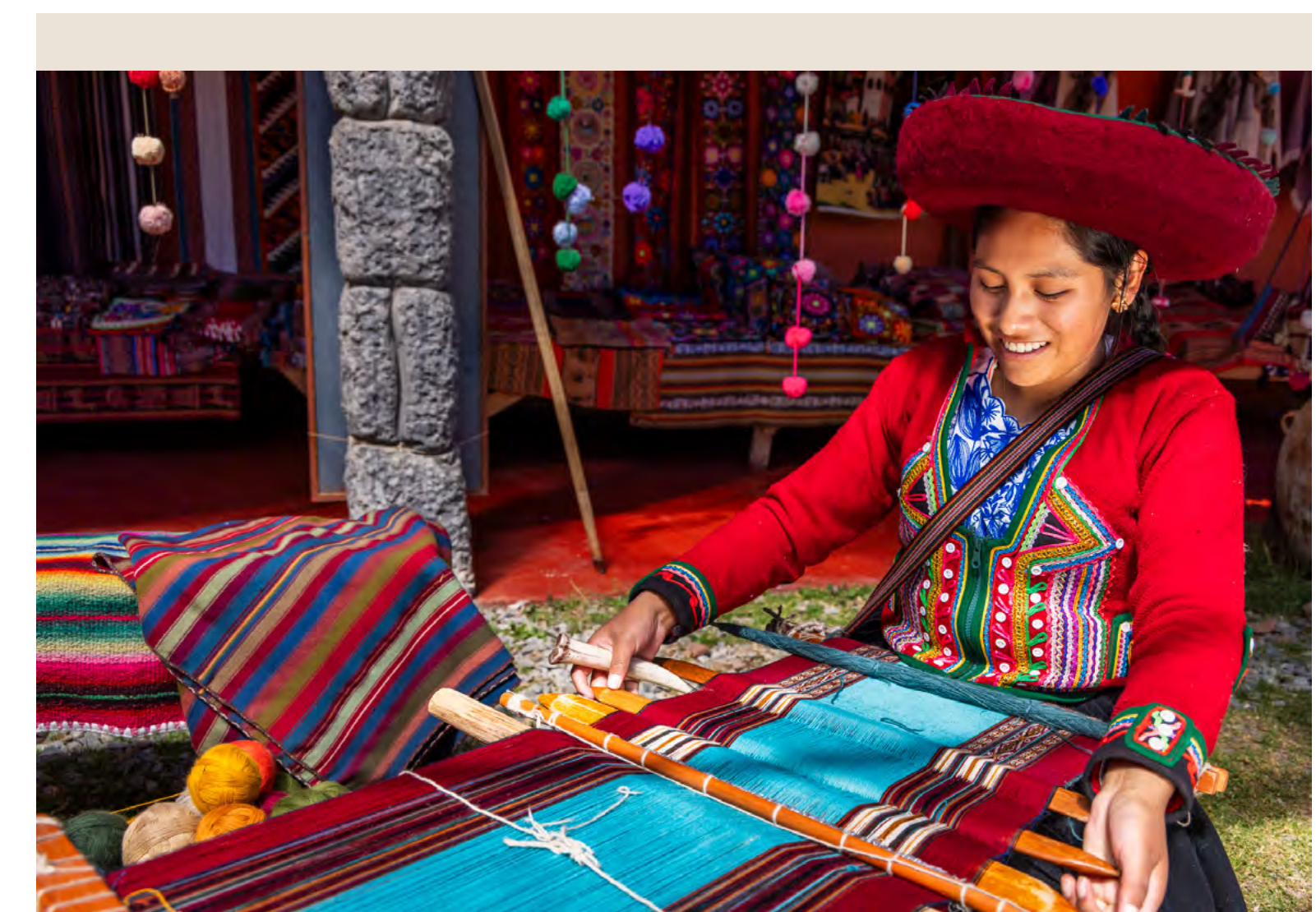


Foto: iStock



Foto: AIDA Cruises

Aida ersetzt Orientreisen durch Nordeuropa und Kanaren

Aida Cruises wird im Winter 2027/2028 keine Reisen in den Orient anbieten. Grund ist die weiterhin unsichere Lage im Nahen Osten. Stattdessen setzt die Reederei auf zusätzliche Reisen mit Aida Perla in Nordeuropa sowie auf die Kanarischen Inseln.

Die Perla wird in der Wintersaison 2027/2028 ab Kiel zu Reisen nach Nordeuropa aufbrechen.

Außerdem steht mit der „Großen Winterpause Kanaren“ eine längere Auszeit auf den Kanarischen Inseln im Programm. Details zu den neuen Reisen sollen Ende Juli veröffentlicht werden. Ab diesem Zeitpunkt sind sie auch buchbar.

Als Ersatz für die abgesagten Orientreisen verweist die Kussmundreederei

auf Kreuzfahrten in die Karibik, auf die Kanarischen Inseln und nach Nordeuropa.

Darüber hinaus stehen im gleichen Reisezeitraum Reisen ab Hamburg nach Norwegen, in die Benelux-Staaten sowie entlang der Atlantikküste bis zu den Kanaren zur Auswahl. Auch Kurzreisen ab Warnemünde nach Skandinavien gehören zum Angebot.

Gäste werden informiert

Betroffene Gäste und Reisebüropartner werden informiert. Gäste, deren Orientreise im Winter 2027/2028 entfällt, erhalten bei einer Neubuchung bis zum 31. Dezember einen Gutschein in Höhe von zehn Prozent des bisherigen Kabinenpreises. ⚓

SKR legt bislang größtes Fernreise-Programm auf

Mit mehr als 30 neuen Reisen, acht neuen Destinationen und einer neuen Deluxe-Produktlinie wächst das Angebot des Kölner Kleingruppenspezialisten auf insgesamt 195 Reisen. Der 416 Seiten starke Katalog ist nach Unternehmensangaben der umfangreichste in der Geschichte von SKR. Zu den neuen Zielen zählen Taiwan, Angola, Algerien sowie mehrere Länder Mittelamerikas, darunter Honduras, El Salvador, Panama und Nicaragua. Neu im Programm ist unter anderem eine 29-tägige Rundreise durch

acht Länder Mittelamerikas. „Wir bauen unser Angebot so deutlich aus wie nie zuvor und erweitern es gezielt um weniger bereiste Ziele wie Angola oder Taiwan“, sagt Christoph Albrecht.

Erstmals führt SKR zudem eine Deluxe-Produktlinie ein. Zum Start umfasst sie zehn Reisen in elf Destinationen und richtet sich an Gäste, die auf ausgewählten Bestseller-Routen besonderen Komfort wünschen. Alle Reisetermine bis Ende 2027 sind ab sofort in den gängigen Counter-Systemen buchbar.

Anex-Veranstalter integrieren Flug-Extras direkt ins CRS

Reisebüros können bei Anex Tour, Bucher Reisen, Öger Tours und Neckermann Reisen ab sofort Zusatzleistungen von Sun Express und Condor direkt während der Buchung hinzufügen. Die Umsätze aus Sitzplätzen, Mahlzeiten oder Zusatzgepäck fließen zudem in die Provision ein. [Mehr](#)



Celebrity Cruises schult den Counter

Mit Blick auf das wachsende Produktportfolio investiert die US-Reederei in die Weiterbildung des stationären Vertriebs. Ein neuer Selling Guide und zusätzliche E-Learning-Inhalte vermitteln Wissen zu Schiffen, Bordangeboten und den ab 2027 geplanten Flusskreuzfahrten. [Mehr](#)

Anzeige

Lernen, buchen und gewinnen!

Jetzt Fiji Matai Specialist werden und tolle Preise gewinnen.

MATAI
SPECIALIST

F I J I

specialist.fiji.travel

TRVLCOUNTER MAGAZIN

Bleiben Sie informiert. Bleiben Sie erfolgreich.
Ihr Branchenvorsprung im Abo.

Jetzt
im Doppelpack
sichern

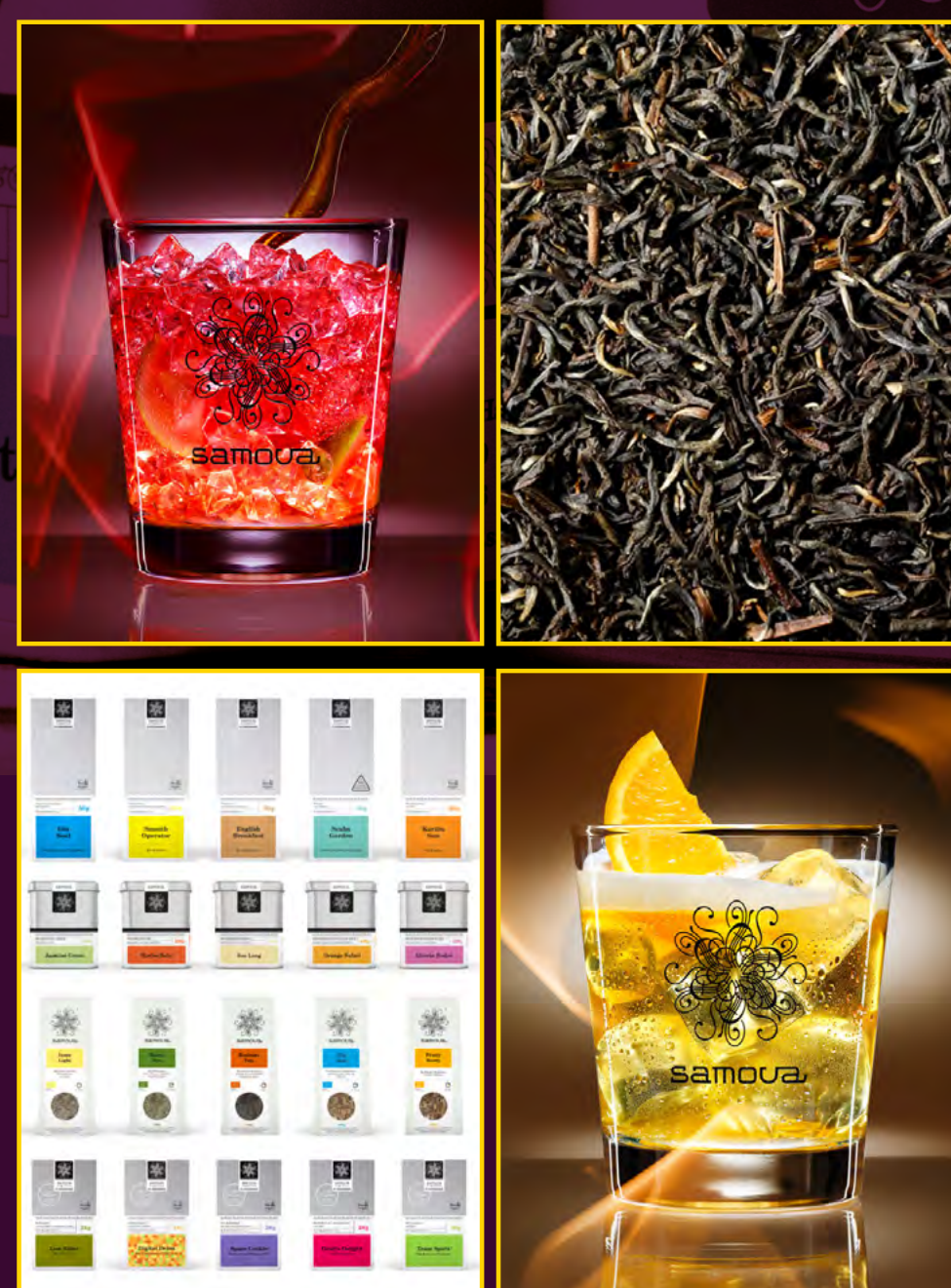
WILLKOMMEN in der TRVL COUNTER-Community

Wir schenken den ersten 50 neuen Abonnenten gemeinsam mit **samova** ein exklusives Tee-Set.

Denn genau wie eine gute Tasse Tee steht TRVL COUNTER für bewusste Momente, neue Perspektiven und inspirierende Impulse.

Mit Ihrem Abo erhalten Sie fundierte Brancheninformationen, exklusive Analysen und spannende Einblicke in die Welt der Touristik. Vor allem aber werden Sie Teil einer Community aus Reiseprofis, Entscheidern und Machern, welche die Zukunft des Reisens aktiv mitgestalten.

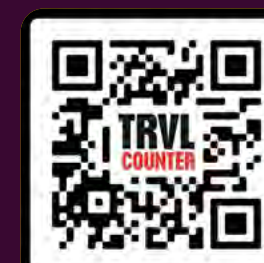
Jetzt abonnieren und Ihr exklusives SAMOVA Tee-Set sichern
– nur solange der Vorrat reicht. E-Mail an: ABO@TRVLCOUNTER.DE



Jetzt
mit dem ABO
verschenken wir
ein Probeset von
samova



<https://samova.net/>



SCAN ME

DAMIT WIR IHNEN AUCH KÜNFTIG DIE QUALITÄT, TIEFE UND RELEVANZ BIETEN KÖNNEN, DIE SIE VON TRVL COUNTER GEWOHNT SIND, HABEN WIR UNSEREN ABOPREIS NACH FÜNF JAHREN ERSTMALS ANGEPAST. DAS JAHRESABO KOSTET KÜNFTIG 60 EURO.

WIR SIND ÜBERZEUGT: EIN FAIRER BEITRAG FÜR ECHTEN MEHRWERT IM TOURISTISCHEN ALLTAG.

SCHREIBEN SIE UNS AN ABO@TRVLCOUNTER.DE



Foto: Arosa

Arosa veröffentlicht Jubiläumskatalog mit neuen Routen

Zum 25. Geburtstag erscheint das Arosa-Programm für 2027 im neuen Markenauftritt. Im Mittelpunkt: individuelle Reiseerlebnisse, ein ausgebaut-tes Streckennetz sowie ein erweiterter „Premium All Inclusive“-Tarif.

Arosa hat den Printkatalog für die Jubiläumssaison 2027 vorgestellt. Unter dem neuen Claim „Cruise Your Way“ präsentiert der Flusskreuzfahrtanbieter auf rund 160 Seiten sein Programm zum 25-jährigen Bestehen. Im Mittelpunkt stehen der erweiterte Tarif „Premium All Inclusive“, zwei Jubiläumsreisen mit den Schiffen Arosa Bella und Arosa Donna sowie 20 neue Reisen auf Rhein und Donau.

Erstmals wird die Arosa Sena auf südlichen Rheinrouten eingesetzt. Zudem erweitert Arosa das Programm um die Abfahrtschiffe Wien und Duisburg. Längere Hafenaufenthalte sollen den Gästen mehr Zeit für individuelle Erkundungen bieten. Der Tarif „Premium All

Inclusive“ wird im Jubiläumsjahr unter anderem um das Getränkepaket Plus ergänzt.

Der Katalog „Städte & Natur Erlebnisreisen 2027“ wird bereits an Reisebüros ausgeliefert und ist über Infox, das Arosa-Extranet sowie digital erhältlich.

Begleitend veranstaltet Arosa im Juli drei Webinare für den Vertrieb:

- am 10. Juli von 9 bis 9.45 Uhr,
- am 15. Juli von 12 bis 12.45 Uhr
- sowie am 28. Juli von 10 bis 10.45 Uhr.

Im Anschluss an jedes Webinar startet ein Buchungswettbewerb für die teilnehmenden Reisebüros.

WIR SEHEN REISEN MIT ANDEREN AUGEN. JETZT. UND ALLE 14 TAGE NEU.



SCAN ME

„TRVL COUNTER DIGITAL“ ERSCHEINT ALLE 14 TAGE UND IST JEWEILS AM SONNTAG ALS E-MAGAZIN ZUM DOWNLOAD VERFÜGBAR. **HIER GRATIS BESTELLEN!**



Miller schult Counter-Profis zu Australien und Vanuatu

Miller Reisen setzt seine Webinar-Reihe „Miller Mittwoch“ fort und informiert Expedienten am 8. Juli von 11 bis 11.30 Uhr über Kombinationsreisen an Australiens Ostküste und in den Inselstaat Vanuatu. Die kostenfreie Online-Schulung richtet sich an Reisebüros, die ihre Beratungskompetenz für den Südpazifik erweitern möchten.

Gemeinsam geben Stefanie Huebner von Tourism and Events Queensland und Christian Schram aus dem Südsee-Team von Miller Reisen Einblicke in die touristischen Highlights beider Destinationen und zeigen, wie sich Queensland und Vanuatu sinnvoll zu einer Reise

kombinieren lassen. Vorgestellt werden außerdem die beiden Reiseideen „Sonnenküste“ und „Entdeckertour Vanuatu“, ergänzt durch persönliche Erfahrungen, Insidertipps und aktuelle Informationen aus erster Hand.

Im Mittelpunkt der rund 30-minütigen Schulung stehen praxisnahe Verkaufsargumente für die Beratung. Die Teilnehmer erfahren, welche Zielgruppen sich für die Kombination der beiden Reiseziele eignen, welche Besonderheiten die Regionen auszeichnen und wie individuelle Kundenwünsche umgesetzt werden können. Anmeldungen über die Seite von [Miller Reisen](#).



Foto: LCC

LCC bestätigt Sandra Lücken als Beiratsvorsitzende

Sandra Lücken bleibt Vorsitzende des Gremiums, das die Interessen von mehr als 100 Unternehmen im deutschen Netzwerk vertritt. Neu gewählt wurden zudem fünf Mitglieder sowie ein stellvertretender Vorsitzender.

Lufthansa City Center (LCC) hat im Rahmen seiner turnusmäßigen Gesellschafterversammlung den Beirat neu besetzt. Künftig vertreten fünf neue Mitglieder die Interessen von mehr als 100 Unternehmen mit über 280 Reisebüros im deutschen LCC-Netzwerk.

Sandra Lücken bleibt Vorsitzende des Beirats. Zum stellvertretenden Vorsitzenden wurde Alexander Barthold gewählt. Das Gremium berät die LCC-Zentrale, entscheidet unter anderem über das Sortiment und Ausschüttungsmodalitäten und bringt die Interessen der Partnerunternehmen in die strategische Arbeit ein.

Neu in den Beirat wurden neben Barthold auch Sandra Woytt, Matthias Lückertz, Florian Schubert und Franzis-

kus Bumm gewählt. Ilona Paschke-Yuvanc gehört dem Gremium nach ihrer Wiederwahl weiterhin an.

Im Fachbeirat Business Travel bleibt Heribert Frey Vorsitzender. Den Fachbeirat Touristik übernimmt künftig Sandra Woytt. Sie folgt auf Heike Kohlhaas, die nicht erneut kandidierte.

Ergänzt wird der Beirat durch die von der Lufthansa Group entsandten Vertreter Andrea Kestler, Fabian Krüger und Jan Lieske.

„Der Beirat lebt vom Austausch zwischen dem Unternehmer-Netzwerk und der Zentrale. Mit der neuen Zusammensetzung verbinden wir Kontinuität mit frischen Perspektiven aus Touristik und Geschäftsreise“, sagt Sandra Lücken.

JOBS

alltours

Baden-Württemberg,
Rheinland-Pfalz, Saarland

**Verkaufsrepräsentant im
Außendienst für unsere
Region Deutschland
Süd-West (m/w/d)**

JETZT BEWERBEN



Werden Sie ein Teil von alltours!

JOBS

alltours

Düsseldorf

**Service Agent
Reisebürosupport
(m/w/d)**

JETZT BEWERBEN



Werden Sie ein Teil von alltours!

JOBS

alltours

An verschiedenen Standorten

**Tourismuskaufleute
(m/w/d) und Büroleiter
(m/w/d)**

JETZT BEWERBEN



Werden Sie ein Teil von alltours!

LCC-UNTERNEHMERTAGUNG 2026

„Eine App kann ich nicht anrufen“

35 Jahre Lufthansa City Center, 160 Unternehmerinnen und Unternehmer, eine Branche im permanenten Wandel – und dennoch herrscht bei der diesjährigen Unternehmertagung in Oberursel spürbarer Optimismus. In seiner Keynote zeichnet Deutschland-Chef Markus Orth das Bild eines Franchiseverbundes, der trotz Krisen, Fachkräftemangel und KI-Debatte auf Wachstumskurs bleibt.

Text: Jean-Marc Göttert

Die Sonne scheint über dem Taunus, auf der Terrasse des Dorint Hotels Oberursel werden noch die letzten Gespräche vom Vorabend fortgesetzt. Rund 160 Reisebüroinhaber, Unternehmerinnen und Unternehmer sowie Partner der Lufthansa City Center sind zur diesjährigen Unternehmertagung zusammengekommen. Die Stimmung ist gelöst, herzlich und geprägt von vielen Wiedersehen. Zwei Tage lang soll diskutiert, analysiert und vor allem nach vorne gedacht werden.

Als die Moderatoren Caroline Kaiser und Holger Weindorf die Veranstaltung pünktlich um zehn Uhr eröffnen, wird schnell deutlich: Diese Tagung soll keine Jubiläumsveranstaltung im klassischen Sinne werden. Zwar feiert Lufthansa City Center in diesem Jahr sein 35-jähriges Bestehen, doch der Blick richtet sich konsequent auf die Zukunft.

Wenig später betritt Markus Orth die Bühne. Der Deutschland-Chef von Lufthansa City Center führt den Franchiseverbund inzwischen im siebten Jahr. Seine Botschaft an die Partner ist klar: Die Branche steht vor großen Herausforderungen – aber auch vor großen Chancen.

»Komplexität ist Last und Chance zugleich. Hier können die Reisebüros ihre Stärken ausspielen.«

35 Jahre Erfolgsgeschichte – und jetzt der Blick nach vorne
Orth beginnt seine Rede mit einem Dank an die Teilnehmer und erinnert an die besondere Geschichte des Netzwerks. Viele der Unternehmerinnen und Unternehmer im Saal haben

Lufthansa City Center über Jahrzehnte mit aufgebaut. „Wir stehen stark da“, sagt Orth gleich zu Beginn. Und er macht deutlich, wem dieser Erfolg gehört: „Der Erfolg, den wir heute haben, ist allein Ihr Erfolg. Der Erfolg der Unternehmerinnen und Unternehmer.“

Es ist ein Satz, der viel Applaus erhält. Immer wieder betont Orth im Verlauf seiner Rede, dass die Stärke von Lufthansa City Center nicht aus der Zentrale komme, sondern aus den Reisebüros selbst. Gleichzeitig warnt er davor, sich auf den Erfolgen der Vergangenheit auszuweichen. „35 Jahre können wir uns darüber freuen. Aber was jetzt zählt und was uns heute und morgen beschäftigt, ist der Blick nach vorne.“

Wachstum bleibt das Ziel
Dabei formuliert Orth einen klaren Anspruch. „Wir wollen wachsen. Wir wollen keinen Stillstand“, sagt er mit Nachdruck.



Markus Orth beschreibt, wie Technologie Effizienz schafft, warum Reiseberater an Bedeutung gewinnen und wie sich Lufthansa City Center strategisch neu aufstellt. Foto: LCC

Der Markt befinde sich weiterhin in einem Konsolidierungsprozess. Viele Reisebüroinhaber der Babyboomer-Generation würden in den kommenden Jahren ihre Unternehmen übergeben oder aus dem Berufsleben ausscheiden. „Wir wollen weitere Partner gewinnen für unser Netzwerk. Wir wollen aber auch weitere Kunden gewinnen, damit wir groß bleiben und größer werden.“ Ganz klar: Für Orth ist Wachstum keine Frage des Prestiges, sondern eine Notwendigkeit, um die Zukunftsfähigkeit des Verbundes zu sichern.

Vertrauen wird zum wichtigsten Kapital

Ein zentrales Thema seiner Keynote ist das Vertrauen der Kunden. Für Orth ist es die eigentliche Währung der Zukunft. „Wir genießen unglaublich viel Vertrauen bei unseren Kunden. Und das ist nicht selbstverständlich.“

Mehrfach verweist er auf aktuelle Auszeichnungen für Beratungs- und Servicequalität sowie auf die Ergebnisse der jüngsten Kundenbefragungen. Ein Net-Promoter-Score von 72 und hohe Zufriedenheitswerte bei den Franchise-Partnern seien Ausdruck dieser Positionierung.

Die neue Realität heißt Krise

Orth beschreibt die aktuellen Rahmenbedingungen bemerkenswert offen. Geopolitische Konflikte, geschlossene Lufträume, Extremwetter, Inflation, Streiks und wirtschaftliche Unsicherheiten seien längst zum Alltag geworden. „Wir sind voll im Krisenmodus.“

Dabei versteht er diese Entwicklung jedoch nicht ausschließlich als Belastung. „Komplexität ist Last und Chance zugleich.“ Denn genau in diesen Situationen könnten Reisebüros ihre Stärke ausspielen. Wenn Kunden Orientierung suchen,



35 Jahre Lufthansa City Center, 150 Unternehmerinnen und Unternehmer, eine Branche im permanenten Wandel – und dennoch herrscht bei der diesjährigen Unternehmertagung in Oberursel großer Optimismus.

Umbuchungen benötigen oder in Krisensituationen Unterstützung brauchen, zeige sich der Wert persönlicher Beratung besonders deutlich. „Jede Situation, die entsteht, ist am Ende des Tages für uns die Möglichkeit, uns auch gegenüber den Kunden zu beweisen.“

Während viele digitale Plattformen an ihre Grenzen stoßen, könnten Reisebüros genau dort punkten, wo Menschen konkrete Hilfe benötigen.

Trotz aller Herausforderungen stimmen die Zahlen

Dass dieses Konzept funktioniert, zeigen auch die aktuellen

Geschäftszahlen, die Orth präsentiert. Das touristische Geschäft liegt zwar leicht unter dem Vorjahr. Angesichts der vielen Belastungen bewertet er die Entwicklung jedoch als stabil. Erfreulich entwickelt sich der Bereich Geschäftsreisen, der deutlich wächst. Auch die jüngsten Buchungszahlen geben Anlass zu Optimismus. Sowohl touristische Buchungen als auch Geschäftsreisen verzeichnen im Juni Zuwächse. Für Orth hat das einen einfachen Grund: „Vielleicht ist es einfach. Es seid ihr. Das sind die Menschen. Das ist das Vertrauen.“

»Vertrauen ist nicht skalierbar, und Vertrauen lässt sich nicht automatisieren.«

Künstliche Intelligenz als Chance

Ein weiterer Schwerpunkt seiner Rede ist die Künstliche Intelligenz. Während viele Diskussionen von Sorgen und Unsicherheit geprägt seien, plädiert Orth für einen pragmatischen Umgang. „Wir dürfen vor KI wirklich keine Scheu haben.“ Denn KI

werde Prozesse beschleunigen, Buchungsvorgänge vereinfachen und die Kundenansprache verbessern. Gleichzeitig sei sie kein Ersatz für menschliche Beratung. „Vertrauen ist nicht skalierbar. Vertrauen lässt sich nicht automatisieren.“

Eine Erkenntnis, die Orth während der internationalen LCC-Konferenz in Vilnius vor wenigen Wochen intensiv beschäftigt habe. „Die persönliche Aufmerksamkeit wird ein Differenzierungsmerkmal, das für uns viel, viel wichtiger wird.“ Gerade deshalb sieht er die Zukunft in einer intelligenten Verbindung von

Technologie und persönlicher Betreuung. „KI entlastet die tägliche Arbeit und ist nicht unser Feind.“

Die Zukunft braucht eine neue Generation

Besonders emotional wird Orth beim Thema Nachwuchs. Die Branche müsse sich dringend mit ihrer eigenen Zukunft beschäftigen. „Unsere Zeit ist endlich“, sagt der 64-Jährige mit Blick auf viele langjährige Unternehmer im Saal.

Die Antwort darauf sei die neue Next-Gen-Initiative innerhalb von Lufthansa City Center. Bereits rund 30 junge Führungskräfte und Nachwuchstalente engagieren sich dort aktiv. Gleichzeitig arbeitet die Organisation an einer grundlegenden Modernisierung des Berufsbildes. „Wir müssen das Berufsbild nicht nur aufpolieren. Wir müssen es neu definieren.“ Mit einer neuen Arbeitgeberkampagne soll der Reisevertrieb wieder attraktiver für junge Talente werden.

Eine App kann ich nicht anrufen

Zum Ende seiner Rede verdichtete Orth seine Gedanken auf einen einzigen Satz, der wohl vielen Teilnehmern im Gedächtnis bleiben wird: „Eine App kann ich nicht anrufen.“

Es ist die Quintessenz seiner Keynote. Während andere Branchen darüber diskutieren, wie viel Mensch durch Technologie

ersetzt werden kann, setzt Lufthansa City Center auf das Zusammenspiel von digitaler Effizienz und persönlicher Nähe. Beratung bleibt der Kern des Geschäftsmodells.

Internationale Expansion geht weiter

Zum Abschluss der Eröffnung übernimmt Heiko Brix, Geschäftsführer von Lufthansa City Center International. Er berichtet von einem weiterhin dynamischen Wachstum der internationalen Organisation. Weltweit umfasst das Netzwerk inzwischen mehr als 600 Büros in 110 Ländern. Positiv entwickeln sich derzeit Märkte wie Polen, Brasilien und Indonesien.

Die Renaissance des Menschen?

Was von dieser Eröffnung der Unternehmertagung vor allem bleibt, ist eine bemerkenswert nüchterne Zuversicht. Markus Orth verschweigt keine Probleme. Weder Fachkräftemangel noch Nachfolgefragen, weder Krisen noch die Herausforderungen durch Künstliche Intelligenz.

Doch statt Untergangsszenarien zeichnet er ein anderes Bild: Je komplexer die Welt wird, desto wichtiger werden Menschen, die Orientierung geben können. Er erinnert daran, was Kunden in schwierigen Situationen wirklich suchen: einen Ansprechpartner. Oder wie er es formuliert: „Eine App kann ich nicht anrufen.“



Foto: Hyatt Group

Hyatt wächst mit neuem Hotel auf den Kykladen

Das Adults-friendly-Hotel mit 50 Zimmern verbindet traditionelle Inselarchitektur mit modernem Komfort und regionaler Kulinarik.

Die Hyatt-Gruppe hat auf der griechischen Insel Paros das Parian Chronicle Hotel eröffnet. Das Haus mit 50 Zimmern ist das zweite Hotel der Marke Destination by Hyatt in Griechenland und zugleich das erste auf einer griechischen Insel. Es befindet sich in Kampos nahe Parikia und richtet sich an Gäste ab 13 Jahren.

Die neu errichteten Zimmer und Suiten sind im Stil der Kykladen gestaltet und verfügen über Terrassen oder Patios mit Meerblick. 39 Unterkünfte bieten einen privaten Pool, die übrigen einen Außenwhirlpool. Der Name des Hotels verweist auf die antike „Parische Chronik“, eine auf Paros entdeckte Marmorinschrift, die historische und mythologische Ereignisse dokumentiert. Auch architektonisch orientiert sich das Haus an der Insel: Weiß ge-

tünchte Gebäude, klare Linien sowie Naturmaterialien wie Stein, Holz und Leinen prägen das Design. Kulinarisch setzt das Restaurant Naao auf regionale Zutaten und kykladische Spezialitäten. Ergänzt wird das Angebot durch Weinverkostungen, Kochrituale und Veranstaltungen mit lokalen Produzenten. Zum Hotel gehören außerdem das 120 Quadratmeter große Nipson Spa mit Fitnessbereich, Saunen und Behandlungsräumen sowie ein großzügiger Außenpool. Darüber hinaus organisiert das Haus Ausflüge zu traditionellen Dörfern, versteckten Stränden sowie Begegnungen mit Winzern, Kunsthandwerkern und anderen regionalen Erzeugern. Mit der Eröffnung baut Hyatt seine Präsenz in Griechenland und Südeuropa aus.

BESSER BERATEN

BAYERN BEGEISTERT

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

JETZT LESEN →

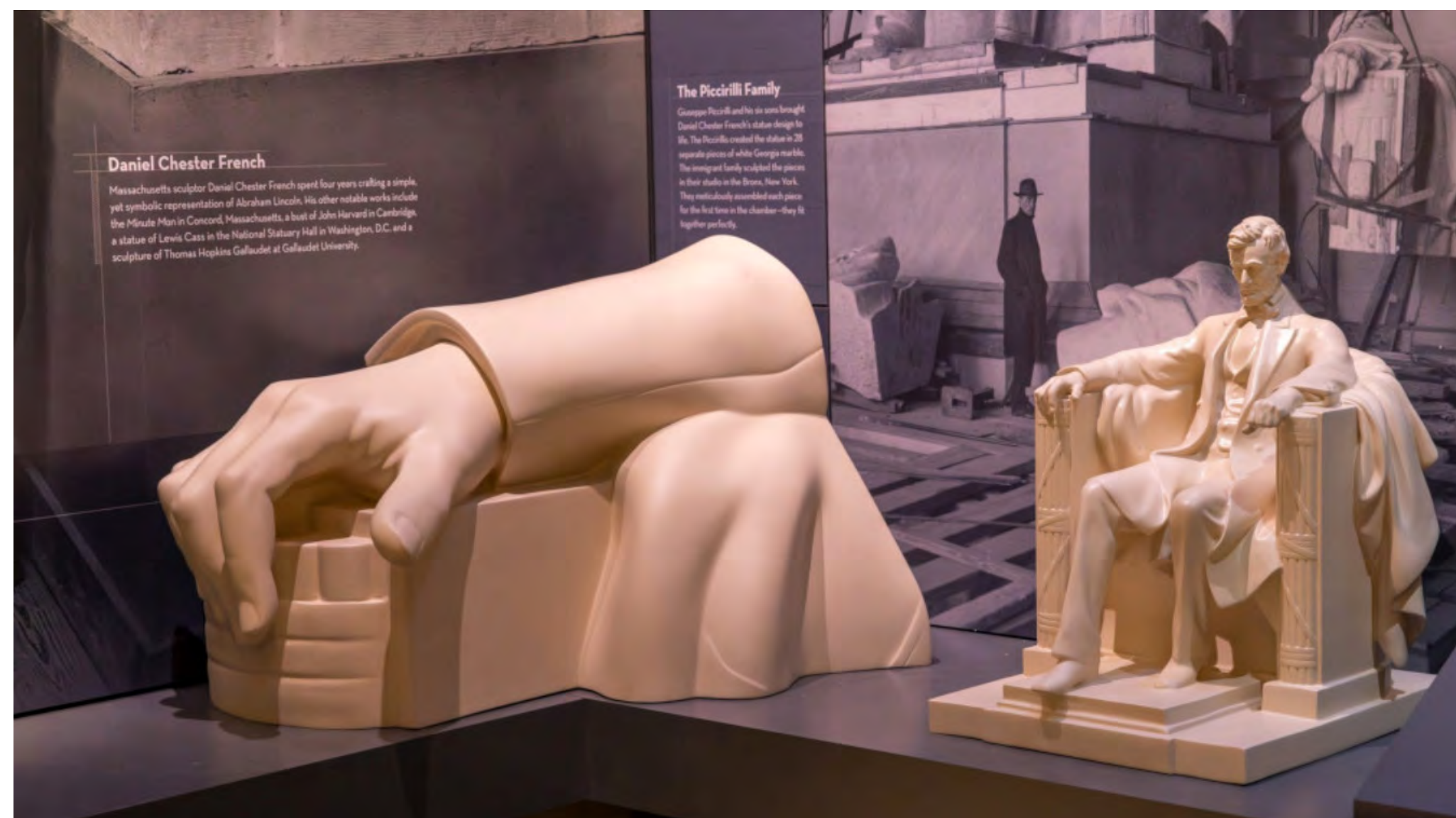


Washington öffnet verborgenes Untergeschoss des Lincoln Memorials

Unter dem Lincoln Memorial in der US-Hauptstadt Washington DC ist erstmals ein Teil des bislang unzugänglichen Untergeschosses für Besucher geöffnet. Das neue Lincoln Memorial Undercroft Museum macht auf rund 1.400 Quadratmetern die Geschichte des weltberühmten Denkmals und seines Namensgebers Abraham Lincoln erlebbar.

Mehr als 100 Jahre lang blieb das sogenannte Undercroft verborgen. Dort tragen 122 rund 15 Meter hohe Betonpfeiler das Gewicht des Bauwerks und sind ebenso tief im Grundgestein des Potomac-Ufers verankert.

Der Rundgang beginnt am Fuß des Denkmals und führt vorbei an Wandbildern zur Entstehung und Bedeutung des Lincoln Memorials. Hinter raumho-



Mit dem Undercroft Museum erhält das Lincoln Memorial erstmals eine öffentlich zugängliche Ausstellung unter dem eigentlichen Denkmal. Foto: National Park Service

hen Glaswänden wird die imposante Säulenkonstruktion sichtbar. Ein immersives Kino projiziert historische

Aufnahmen auf die Fundamentwände. Interaktive und multimediale Stationen zeigen den Bau des Denkmals und seine Rolle als Schauplatz bedeutender historischer Ereignisse.

Ein weiterer Schwerpunkt gilt Abraham Lincoln. Die Ausstellung beleuchtet den 16. Präsidenten der USA als Bewahrer der nationalen Einheit und seinen Einsatz für Gleichheit.

Das Lincoln Memorial wurde am 30. Mai 1922 eingeweiht und zählt heute rund acht Millionen Besucher pro Jahr.

Das Lincoln Memorial Undercroft Museum ist täglich ab 9 Uhr geöffnet. Für den Besuch ist eine Reservierung mit Zeitfenster über recreation.gov erforderlich.

Alternativ sind täglich ab 8.45 Uhr Resttickets am Kiosk des Korean War Veterans Memorial erhältlich. 📍

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

Erste Sommerreisewelle erwartet - Staus drohen

TAGESSCHAU | Neun Bundesländer sind am Wochenende in den Sommerferien. Auf den Autobahnen droht Stau, auch durch zahlreiche Baustellen und Hitzeschäden. Doch es gibt Möglichkeiten, dem kompletten Stillstand auszuweichen. [Mehr](#)



Unterwegs auf der Donau: Das wird das größte Flusskreuzfahrtschiff Europas

RND | Viel Platz und Luxus soll das größte Kreuzfahrtschiff Europas bieten. Auf der Donau segelt es künftig unter anderem zwischen Deutschland, Österreich, Ungarn, Kroatien und Bulgarien. Im Frühjahr 2027 ist die Jungfernfahrt geplant. [Mehr](#)



Reiseapotheke: Was gehört unbedingt hinein?

NDR | Krank werden im Urlaub - daran denkt niemand gern. Trotzdem gehört eine Reiseapotheke unbedingt ins Gepäck. Welche Medikamente sollten Urlauber für den Ernstfall dabei haben? [Mehr](#)



Sommer, Sonne, Strandlektüre

MERIAN | In fremde Welten eintauchen, fiktive Kriminalfälle lösen und sich in

bis dato unbekannte Charaktere einführen: Merian-Redakteurin Milena Härlich hat Tipps für die perfekte Strandlektüre zusammengetragen. [Mehr](#)



El Niño: Indien bereitet sich auf Dürre vor

DEUTSCHE WELLE | In Indien bereiten sich Landwirte und Behörden auf die trockenste Monsunzeit seit mehr als einem Jahrzehnt vor. Das Phänomen El Niño könnte zu Ernteausfällen und steigenden Lebensmittelpreisen führen. [Mehr](#)



„Deutschland steht vor einer Revolution“

T-ONLINE | Das frühe deutsche WM-Aus und der Rücktritt von Julian Nagelsmann erregen auch im Ausland Aufmerksamkeit. Die internationale Presse findet teils deutliche Worte. [Mehr](#)



Verändert Reisen wirklich die Persönlichkeit? Die Forschung hat da eine klare Antwort

ESQUIRE | Studien zeigen, dass intensive Reiseerfahrungen die Persönlichkeit beeinflussen, die Kreativität fördern und unsere Sicht auf andere Menschen nachhaltig verändern können. [Mehr](#)