

TRVL COUNTER *Digital*

WIR SEHEN REISEN MIT ANDEREN AUGEN

KI entlastet den Counter

Rund 200 Reiseprofis tauschen Mittagspause gegen Praxiswissen: Im TRVL COUNTER Webinar zeigt Florian Knust, wie KI-Tools mit den richtigen Prompts den Arbeitsalltag im Reisebüro spürbar effizienter machen – und wo ihre Grenzen liegen.



Lufthansa Group Roadshow

Connect & Explore:
Spannende Einblicke in die Welt
der Lufthansa Group Airlines

Jetzt anmelden



Jean-Marc Göttert
 Chefredakteur

KI entscheidet am Counter

Sie spart Zeit, stärkt Beratung – und wird zum entscheidenden Faktor dafür, welche Reisebüros künftig noch relevant sind.

Ich habe in den vergangenen Tagen viele Gespräche zur Rolle von KI im Reisevertrieb geführt – und zwei Dinge werden dabei immer klarer: KI ist weder Zukunftsmusik noch Bedrohung, sondern längst Realität am Counter. Entscheidend ist nicht, ob wir sie einsetzen, sondern wie konsequent wir es tun.

Denn die eigentliche Verschiebung passiert im Alltag: KI übernimmt Routine, strukturiert Anfragen, spart Zeit – und schafft damit den Raum, den gute Beratung braucht. Genau hier liegt der Hebel: weniger Copy & Paste, mehr Kunde.

Gleichzeitig ist die Botschaft unmissverständlich: KI ersetzt keine Reisebüros. Aber sie trennt sehr wohl die, die sie nutzen, von denen, die zögern. Wettbewerbsfähigkeit wird zur Frage der Geschwindigkeit und des Mindsets.

Dieses Digital zeigt deshalb nicht nur, was technisch möglich ist – sondern was strategisch notwendig wird. Denn am Ende geht es nicht um Tools. Es geht um die Zukunft des Counters.

Viel Spaß bei der Lektüre! ⚓

Inhalt

TOP-NEWS

- 04 Kann KI am Counter für wertvolle Zeitersparnis sorgen?
- 05 Der Streik geht doch weiter und legt den Lufthansa-Verkehr lahm
- 05 Trump droht mit Hormuz-Blockade
- 08 Hero of the Seas – Ein schwimmender Freizeitpark in XXL
- 09 Treibstoffzuschlag bei Hochseereisen
- 10 HX setzt auf Rabatte und Upgrades

INTERVIEW DER WOCHE

- 06 „Ein KI-Agent ist manchmal der bessere Callcenter-Mitarbeiter“: Frank Müller von CFM in Gespräch

COUNTER

- 11 Best Reisen: Famtrips kombiniert mit Content-Training
- 12 Robinson und Magic Life bieten wieder Solo-Wochen an
- 12 Coral Travel und Ferien Touristik zahlen On-top-Provision

CHECK-OUT

- 16 Curaçao: stark Nachfrage
- 16 Impressum

ADVERTORIAL

- 17 Wander-Highlight: Die Algarve zu Fuß entdecken und erleben

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

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

Auf dem Bug der Titanic einmal anders

**AUS AUSSICHT WIRD
ERLEBNIS: EDGE SETZT AB
2026 NEUE MASSSTÄBE ÜBER
MANHATTAN.**

Spektakulär neu inszeniert: Die Aussichtsplattform Edge at Hudson Yards in New York wird bis Sommer 2026 umfassend transformiert – und entwickelt sich damit weit über ein klassisches Aussichtserlebnis hinaus. In 335 Metern Höhe entsteht eine immersive Erlebniswelt aus Licht, Farbe und Bewegung, die Besucher bereits ab dem Eingang im 4. Stock auf eine multisensorische Reise mitnimmt und sich bis zur Plattform im 100. Stock erstreckt. Die neuen permanenten Installationen inszenieren den Tagesverlauf von der Morgendämmerung bis zum Sonnenuntergang ebenso wie den Wechsel der Jahreszeiten.

Mit Glasboden, schrägen Glaswänden und offenen Stufen bleibt auch die ikonische Architektur erhalten – wird jedoch durch emotionale Inszenierung und modernes Design neu aufgeladen. Edge positioniert sich damit als eines der innovativsten Wahrzeichen New Yorks und setzt Maßstäbe für urbane Erlebnisarchitektur über den Dächern Manhattans.





Illu: iStock

Kann KI am Counter für wertvolle Zeitersparnis sorgen?

Ja, meint KI-Experte Florian Knust vom Beratungsunternehmen Clever Mangos. Mit den richtigen Einsatzbereichen und Prompts können gängige KI-Tools Expedienten den Alltag deutlich erleichtern. Im Mittagspausen-Webinar von TRVL COUNTER hat er beschrieben, wie der Einstieg gelingen kann.

Rund 200 Reiseprofis haben sich am Donnerstagmittag, den 9. April, in ein kostenloses Webinar gewählt – und die Mittagspause kurzerhand gegen praktische Tipps zum Thema KI eingetauscht. Thema der gemeinsamen Live-Session von TRVL COUNTER und dem KI-Beratungsunternehmen Clever Mangos war die Frage, wie Expedienten die modernen

Systeme – in kostenloser und bezahlter Version – als nützliche Assistenten im Reisebüro-Alltag einsetzen können.

KI ist im Reisebüro längst mehr als ein abstraktes Trendthema – sie entwickelt sich mit hoher Geschwindigkeit zum operativen Werkzeug im Alltag. Für Florian Knust ist die Dynamik selbst für Experten bemerkenswert. In dieser Geschwindigkeit liegt zugleich die strategische Relevanz: KI wird branchenübergreifend zum Wettbewerbsfaktor – und der Reisevertrieb ist davon unmittelbar betroffen.

Gerade im Tagesgeschäft zeigt sich, wo die Hebel liegen. In einer Vorab-Umfrage unter Reisebüro-Mitarbeitern wurde deutlich, dass insbesondere bei wiederkehrenden, zeitintensiven Aufgaben Effizienzpotenziale bestehen – etwa bei der Formulierung von Angeboten oder der Verarbeitung komplexer Kundenanfragen über verschiedene Kanäle hinweg.

Genau hier setzt KI an: Sie kann Informationen bündeln, strukturieren und in kürzester Zeit in verwertbare Ergebnisse übersetzen. „KI ist ein hilfreiches Assistenztool“, betont Knust – allerdings nur unter einer zentralen Voraussetzung: Der Mensch bleibt steuernd eingebunden, formuliert die Prompts und überprüft die Resultate.

Denn die Leistungsfähigkeit der Systeme ist ambivalent – und verlangt einen realistischen Blick. „Selbst als Profis auf diesem Ge-

biet beobachten wir ehrlicherweise, dass die KI bei circa der Hälfte unserer Einsatzbereiche und Aufgaben nicht die gewünschten Ergebnisse erzielt“, sagt Knust.

Gleichzeitig zeigt sich auf der anderen Seite ein klarer Mehrwert: „Die andere Hälfte macht sie schon richtig gut und qualitativ so hochwertig, dass die Aufgaben auch strengen Qualitätskontrollen standhalten.“

Genau aus dieser Spannweite ergibt sich die eigentliche strategische Aufgabe für Reisebüros: herauszufinden, wo KI echten Nutzen stiftet – und wo (noch) nicht. Der Schlüssel liegt dabei in einer strukturierten Herangehensweise.

Knust empfiehlt, jede Aufgabe zunächst testweise durch eine KI abzubilden und die Ergebnisse systematisch zu bewerten. Daraus entsteht Schritt für Schritt eine belastbare KI-Strategie. Ziel ist es, „einen verlässlichen Assistenten“ aufzubauen, der repetitive Prozesse übernimmt und Mitarbeitende gezielt entlastet. Dazu gehören etwa das Vorstrukturieren von Kundenanfragen, das Zusammenführen relevanter Informationen oder das Erstellen erster Angebotsentwürfe.

Ein zentrales Prinzip dabei ist die Qualität des Inputs. „Das Wichtigste für den Anfang ist, der KI möglichst viel Kontext zu geben“, erklärt Knust. Denn nur auf dieser Basis lassen sich belastbare Ergebnisse erzielen. Kontext kann dabei vieles sein: detaillierte

Kundenwünsche, Gesprächsnotizen, E-Mail-Verläufe, aber auch Informationen zur eigenen Positionierung, Zielgruppe oder zu den eingesetzten Veranstalterkatalogen. Je präziser und umfassender diese Daten sind, desto stärker steigt die Qualität der KI-Ausgaben.

In der Praxis lassen sich so komplexe Prozesse deutlich beschleunigen. Aus fragmentierten Informationen – etwa einer Mischung aus Telefonnotizen, E-Mails und Produktdaten – kann innerhalb kurzer Zeit ein strukturiertes, individualisiertes Reiseangebot entstehen. Gleichzeitig eignet sich KI auch für die schnelle Aufbereitung von Detailinformationen, etwa bei Fragen zu Stornobedingungen, Tarifregeln oder Einreisebestimmungen – auf Wunsch sogar mit Quellenangaben zur Verifikation.

Darüber hinaus eröffnet KI neue Möglichkeiten in der Kundenkommunikation und -bindung. Personalisierte Follow-ups, „Welcome-Home“-Nachrichten oder Social-Media-Inhalte lassen sich effizient vorbereiten und individualisieren.

Am Ende läuft alles auf eine betriebswirtschaftliche Rechnung hinaus. Der Einstieg in professionelle KI-Nutzung ist günstig, der potenzielle Nutzen erheblich. Oder, wie Knust es formuliert: „Wenn 20 Euro Ausgaben monatlich helfen, langfristig 20 Stunden Arbeit zu sparen, geht die Rechnung nämlich mehr als auf.“



Foto: iStock

USA drohen mit Blockade der Straße von Hormus

Trump eskaliert im Konflikt mit Iran und droht mit der Blockade der Straße von Hormus – mit potenziell massiven Folgen für Energiepreise und Welthandel.

US-Präsident Donald Trump hat eine sofortige Blockade der strategisch zentralen Straße von Hormus durch die US-Marine angekündigt und damit die Spannungen im Konflikt mit dem Iran weiter verschärft.

Über seine Plattform Truth Social erklärte er, dass künftig auch Schiffe in internationalen Gewässern abgefangen werden sollen, sofern sie Gebühren für die Passage an den Iran entrichten. „Niemand, der eine illegale Maut bezahlt, wird eine sichere Passage auf hoher See haben“, so Trump.

Der Präsident begründet den Schritt mit Drohungen aus Teheran und wirft dem Iran „Welterpressung“ vor. Hintergrund sind Hinweise, wonach iranische Kräfte Minen in der Meerenge platziert haben könnten. Die USA kündigten daher an, mögliche Seeminen aktiv zu zer-

stören und die Sicherheit der Schifffahrtsroute militärisch durchzusetzen.

Gleichzeitig verschärfte Trump den Ton deutlich und stellte klar, dass die USA bereit seien, den Konflikt militärisch zu entscheiden: Man sei „voll einsatzbereit“, das US-Militär könne „das Wenige, was vom Iran noch übrig ist, endgültig vernichten“.

Trotz der scharfen Rhetorik ließ der Präsident eine Tür für Deeskalation offen: Eine Lockerung der Blockade sei möglich, sofern eine uneingeschränkte und sichere Passage für alle Schiffe gewährleistet werde. Die Straße von Hormus gehört zu den wichtigsten maritimen Engpässen der Welt. Entsprechend hätte eine Blockade dramatische Auswirkungen auf die Energiepreise, die internationale Schifffahrt und die Stabilität globaler Lieferketten.

WIR SEHEN REISEN MIT ANDEREN AUGEN.

DAS ECHTE DIGITALMAGAZIN.



JETZT. UND ALLE 14 TAGE.



SCAN ME



DAS „TRVL COUNTER DIGITAL“ ERSCHEINT ALLE 14 TAGE SONNTAGS UND STEHT SOFORT ZUM DOWNLOAD BEREIT – MIT OPULENTEM MAGAZINLOOK, GROSSEN BILDSTRECKEN SOWIE NEWS, PORTRÄTS UND INTERVIEWS. [HIER GRATIS BESTELLEN UND LESEN!](#)



Der Streik geht doch weiter und legt Lufthansa-Verkehr lahm

Die Pilotengewerkschaft Vereinigung Cockpit hat für Montag und Dienstag (13. und 14. April) einen 48-stündigen Streik bei der Lufthansa-Gruppe ausgerufen. Betroffen sind neben der Kernmarke auch Lufthansa Cargo, Cityline und Eurowings. Der Ausstand beginnt am Montag um 0:01 Uhr und endet am Dienstag um 23:59 Uhr.

Alltours reiht Passagiere müssen sich bundesweit auf erhebliche Einschränkungen einstellen. An großen Flughäfen wie Berlin, Hamburg oder Stuttgart fallen zahlreiche Verbindungen aus, insbesondere zu den Drehkreuzen Frankfurt und München. Allein in Hamburg wurden dutzende Flüge gestrichen, auch Eurowings-Verbindungen sind teils vollständig betroffen.

Tarifkonflikt als Auslöser

Hintergrund des Streiks ist ein festgefahrener Tarifkonflikt. Die Gewerkschaft kritisiert vor allem fehlende Fortschritte bei der betrieblichen Altersversorgung und bei Vergütungsfragen. Aus Sicht der Arbeitnehmerseite lie-

gen keine verhandlungsfähigen Angebote vor. Lufthansa weist die Forderungen dagegen als überzogen zurück.

Ausnahmen

Nicht alle Flüge sind betroffen: Verbindungen in den Nahen Osten sollen aufgrund der geopolitischen Lage teilweise aufrechterhalten werden. Gleichzeitig arbeitet Lufthansa an einem Sonderflugplan, um zumindest Teile des Verkehrs aufrechtzuerhalten.

Einordnung für den Vertrieb

Für Reisebüros bedeutet der erneute Streik eine weitere Belastungsprobe in einer ohnehin angespannten Lage: hohe

Beratungsnachfrage, kurzfristige Umbuchungen und ein erhöhter Kommunikationsaufwand. Kunden sollten aktiv informiert und auf Alternativen hingewiesen werden – entscheidend ist einmal mehr eine schnelle, strukturierte Reaktion im Vertrieb.

Tarifeinigung bei City Airlines

Mitten in den laufenden Tarifkonflikten im Konzern setzt die Lufthansa ein positives Signal: Für die neue Tochter Lufthansa City Airlines wurde eine Tarifeinigung für das fliegende Personal erzielt.

Der Abschluss mit der Gewerkschaft Verdi gilt für Cockpit und Kabine und umfasst unter anderem höhere Gehälter, zusätzliche freie Tage sowie verbesserte Ar-

beitszeitregelungen bei einer Laufzeit von drei Jahren.

Aus Konzernsicht schafft die Einigung eine „stabile Basis für weiteres Wachstum“ im wettbewerbsintensiven europäischen Kurzstreckenmarkt. Gleichzeitig stärkt sie die neue Plattform, die künftig zentrale Zubringerverkehre zu den Drehkreuzen Frankfurt und München übernehmen soll.

Bemerkenswert: Während bei City Airlines ein Abschluss gelingt, bleiben andere Tarifkonflikte im Konzern – etwa bei der Kernmarke und der bisherigen Regionaltochter Cityline – weiterhin ungelöst. Damit entsteht ein zunehmend fragmentiertes Tarifgefüge innerhalb der Lufthansa-Gruppe.

DERTOUR
DELUXE



20 Jahre Urlaub für höchste Ansprüche

Seit 20 Jahren steht DERTOUR Deluxe für außergewöhnliche Reisen, maßgeschneiderte Erlebnisse und inspirierende Luxusmomente rund um den Globus. Unser Anspruch: Jede Reise ist mehr als ein Urlaub – es ist ein Erlebnis, das berührt, begeistert und nachwirkt.

Bei uns steht der Gast im Mittelpunkt und erfährt Privatsphäre und persönlichen Service vor Ort – wir bieten:

- Besondere Boutique-Hideaways
- Wellbeing-Retreats
- Exklusive Rundreisen
- Erlebnisreisen mit Gänsehautmomenten
- Stilvolle Kreuzfahrten
- Fantastische Inselträume
- Glamping mit Stil

Luxus entsteht durch unsere Liebe zum Detail und durch Erlebnisse, die lange in Erinnerung bleiben – unsere Experten erschaffen Momente, die einzigartig sind:

- Außergewöhnliche Überraschungen
- Private Dinner mit Ambiente
- Individuell abgestimmte Ausflüge
- Einzigartige Aktivitäten
- Kulturelle Highlights
- Wellness zum Wohlfühlen

Jubiläumsangebote

Diese finden Sie auf unserem Katalogportal: www.informierender.de

Besuchen Sie uns auch auf www.dertour-group.info



VOM CHATBOT ZUM SERVICE-AGENTEN

„Ein KI-Agent ist manchmal der bessere Callcenter-Mitarbeiter“

Ein KI-Agent als bessere Hotline? Ist das möglich? Frank Müller, Gründer und Geschäftsführer des Technologieanbieters CFM, zeigt, wie automatisierte Service-Agenten Anfragen in Echtzeit bearbeiten, auf Buchungssysteme zugreifen und Reisebüros im Alltag spürbar entlasten.

Text | Jean-Marc Göttert

Wenn der erste Ansprechpartner kein Mensch mehr ist: Der Anruf beginnt wie jeder andere im Kundenservice. Ein Reisender möchte wissen, ob seine Anzahlung eingegangen ist, wann die Abfahrt erfolgt, oder welche Leistungen enthalten sind. Doch am anderen Ende der Leitung sitzt kein Servicemitarbeiter, sondern eine künstliche Intelligenz.

Was nach Zukunftsmusik klingt, wird beim Flussreiseveranstalter 1A Vista derzeit konkret vorbereitet. Entwickelt wurde der sprechende KI-Agent namens Detlev vom Tech-Unternehmen CFM Media aus Seligenstadt. Ziel ist es, typische Serviceanfragen automatisiert zu beantworten und gleichzeitig direkten Zugriff auf Buchungsdaten zu ermöglichen.

Für CFM-Gründer und CEO Frank Müller ist das vor allem eine Konsequenz aus den Erfah-

rungen der vergangenen Jahre. „Callcenter bei Reiseveranstaltern sind spätestens seit der Pandemie oft überlastet. Gleichzeitig erwarten Kunden schnelle und präzise Antworten. Genau hier kann KI sinnvoll unterstützen“, sagt Müller.

Servicequalität statt reiner Kostendebatte

Dabei gehe es ihm ausdrücklich nicht darum, Personal zu ersetzen. Vielmehr sieht Müller die Technologie als Werkzeug zur Stabilisierung der Servicequalität. „Ich möchte das Thema nicht auf Kosten reduzieren. Ein KI-Agent kann oft schneller reagieren und strukturierter antworten, weil er alle Informationen sofort verfügbar hat“, erklärt er.

Gerade Standardanfragen blockierten in vielen Servicecentern wertvolle Ressourcen. Die KI könne diese Anfragen übernehmen und Mitarbeiter für komplexere Beratung freispielen. „Die KI fängt die klassi-

schen 08/15-Fragen ab. Wenn sie etwas nicht beantworten kann, übergibt sie direkt an einen Mitarbeiter.“

Technische Basis: Datenzugriff statt Chatbot-Logik

Technisch unterscheidet sich die Lösung deutlich von klassischen Chatbots. Grundlage ist die direkte Integration in touristische IT-Systeme. Über Schnittstellen zum Veranstaltersystem Blank (WBS Blank), das insbesondere im Veranstalter-Mittelstand verbreitet ist, kann der KI-Agent von CFM unmittelbar auf Buchungsinformationen, Kundendaten sowie operative Details zugreifen.

Ergänzt werden diese Daten durch Content-Informationen zu Hotels, Schiffen und Destinationen aus den von CFM betriebenen Datenbanken.

Erst diese Verbindung aus Buchungsdaten und touristischem Content ermöglicht den praktischen Nutzen der Lösung. „Der Agent hat im Prinzip alle Informationen, die ein Kunde auch



Technisch mehr als ein Chatbot: Die KI-Lösung von CFM greift über Schnittstellen direkt auf touristische Systeme wie WBS Blank zu und verarbeitet in Echtzeit Buchungsdaten, Kundeninformationen sowie operative Details. Ergänzt durch umfangreiche Content-Datenbanken zu Hotels, Schiffen und Destinationen entsteht so ein leistungsfähiger, integrierter Service-Agent statt reiner Dialogoberfläche.



Frank Müller ordnet die Erwartungen klar ein: Der eigentliche Mehrwert von KI liegt aktuell nicht im automatisierten Verkauf, sondern im Service – auch wenn die Branche bereits intensiv über direkte Buchungen per KI diskutiert.

Foto: CFM

von einem Servicemitarbeiter erwarten würde – nur eben sofort verfügbar“, sagt Müller.

Das System könne dadurch nicht nur Fragen zu Reisen beantworten, sondern auch Zahlungsstände prüfen, Reiseverläufe erklären oder Detailinformationen zu Produkten liefern. Ein Durchbruch der besonderen Art.

Impulse aus der Praxis – auch aus dem Veranstaltermarkt

Die Idee entstand dabei nicht isoliert im Technologieumfeld, sondern aus praktischen Anforderungen der Branche. Müller verweist auf Gespräche mit Veranstaltern, die ihre Serviceprozesse neu organisieren wollen. Der Bedarf nach skalierbaren Servicelösungen sei in vielen

Unternehmen deutlich spürbar.

Perspektiven für Reisebüros: KI als digitaler Erstkontakt

Langfristig sieht CFM das Potenzial der Technologie nicht nur bei Veranstaltern, sondern auch im stationären Vertrieb. Gerade Reisebüros könnten von KI-gestützten Serviceprozessen profitieren – etwa zur Abde-

ckung von Randzeiten oder zur Strukturierung von Kundenanfragen. „Ein Reisebüro könnte den Agenten Anfragen annehmen lassen, Buchungen vorbereiten oder Standardfragen beantworten lassen. Das entlastet die Teams gerade in Peak-Zeiten“, sagt Müller.

Auch außerhalb der Öffnungszeiten könnte ein solcher Agent Anfragen aufnehmen, Informationen bereitstellen oder Rückrufwünsche organisieren.

Besonders für Kooperationen oder größere Agenturgruppen seien hier skalierbare Lösungen denkbar.

Kein Ersatz für die Beratung

Die KI werde dabei nicht als Ersatz für Beratung gesehen, sondern als Filter für Routinekommunikation. „Die KI weiß heute sehr gut, was sie beantworten kann – und was nicht. Und genau dann übergibt sie an den Menschen.“

Gleichzeitig dämpft Müller Erwartungen, dass KI kurzfristig auch den eigentlichen Buchungsprozess vollständig übernehmen könnte. Zwar werde in der Branche intensiv darüber gesprochen, Reisen künftig direkt über KI-Systeme buchbar zu machen, doch aus seiner Sicht liege der tatsächliche Nutzen derzeit noch stärker im Service als im Verkauf.

Mehr noch: Viele der präsentierten Anwendungen bewegten sich noch im experimentellen

»KI übernimmt die erste Welle der Kundenanfragen – und schafft damit den Freiraum, den Reisebüros für persönliche Beratung brauchen.«

Bereich oder seien aufgrund der technischen Infrastruktur und der laufenden Systemkosten wirtschaftlich noch nicht sinnvoll skalierbar. „Technisch wird im Moment vieles gezeigt, was theoretisch möglich ist. Aber die entscheidende Frage ist doch: Was bringt der Branche heute wirklich einen Mehrwert und was ist wirtschaftlich sinnvoll?“, betont Müller.

Fokus auf Service

CFM konzentriere sich deshalb bewusst auf Anwendungen, die unmittelbar im Alltag funktionieren. Der Fokus liege zunächst darauf, Serviceprozesse zu verbessern, Informationen schneller verfügbar zu machen und Beratungsprozesse vorzubereiten – nicht darauf, menschliche Beratung zu ersetzen. „Wenn KI

dafür sorgt, dass Kunden besser informiert ins Gespräch kommen und Mitarbeiter mehr Zeit für eine fundierte Beratung haben, ist schon viel gewonnen“, so Müller.

Pragmatismus statt KI-Hype

Der CFM-Chef plädiert insgesamt für einen nüchternen Umgang mit dem Thema künstliche Intelligenz. Sein Unternehmen verfolgt deshalb einen schrittweisen Ansatz: Erst Telefonie, danach Chatlösungen, später weitere Anwendungen entlang der Serviceprozesse. „Viele reden über die Zukunft. Wir konzentrieren uns auf Lösungen, die heute funktionieren und bezahlbar sind.“

Der eigentliche Mehrwert: Erreichbarkeit sichern

Für die Touristik könnte genau dieser pragmatische Ansatz entscheidend werden. KI könnte dabei künftig eine stille, aber strategisch wichtige Rolle spielen: als erste Instanz im Service, als Strukturgeber im Hintergrund und als Werkzeug, das Beratung wieder stärker auf ihren eigentlichen Wert konzentriert.

Oder, wie Frank Müller es formuliert: „Es geht nicht darum, Menschen zu ersetzen. Es geht darum, den Service am Kunden besser zu machen.“



Ein schwimmender Freizeitpark in XXL

Mehr Pools, mehr Action, mehr Auswahl: Royal Caribbean zündet die nächste Ausbaustufe seiner Icon-Klasse. Die Hero of the Seas soll ab 2027 abermals Maßstäbe für Familienkreuzfahrten setzen. Der Neubau kombiniert Freizeitpark-Feeling, vielfältige Gastronomie und neue Wohnkonzepte.

Die US-Reederei Royal Caribbean ist nicht gerade bekannt für ihr Understatement. Aktuell kündigt sie mit der Hero of the Seas ein weiteres Schiff der Icon-Klasse an, das ab August 2027 in Dienst gehen soll. Der Neubau richtet sich in erster Linie an Familien und kombiniert Freizeitangebote, Gastronomie und Unterkünfte für verschiedene Altersgruppen.

„Die Icon-Klasse hat einen neuen Standard für Familienurlaube gesetzt, und die Hero of the Seas führt diese Idee weiter“, erklärt Michael Bayley, Präsident und CEO von Royal Caribbean. „Mit mehr Wasserspaß, mehr Nervenkitzel und mehr Auswahl für alle Altersgruppen bauen wir auf dem auf, was unsere Gäste an Royal Caribbean schätzen.“

Neue Kabinen für Familien

Für Familien entstehen gänzlich neue Einheiten. Dazu gehört das dreistöckige Ultimate Family Treehouse mit Dachterrasse, Whirlpool, separatem Bereich für Jugendliche sowie zwei Schlafzimmern mit jeweils eigenem Bad und Balkon.

Im gehobenen Segment stehen unter anderem Royal Loft Suites und Icon Loft Suites zur Verfügung. Ergänzt wird das Angebot durch Innenkabinen und Suiten mit Blick auf den Sonnenuntergang.

Mehr Pools und Wasserbereiche

Das Schiff verfügt über acht Themenbereiche und insgesamt neun Pools. Dazu gehören Familienbereiche, ein neuer Pool im Karibikstil sowie drei Bereiche nur für Erwachsene. Auch mehrere Swim-up-Bars sind vorgesehen. Neu ist zum Beispiel der Pool Coconut Cove an der Bar The Lime and Coconut. Gäste können dort auf Liegen im Wasser entspannen und Getränke am Beckenrand bestellen. Der Bereich bietet Blick auf das bepflanzte Central-Park-Deck.

Der Adults-only-Bereich The Hideaway wird um einen zweiten Pool ergänzt. Dort befinden sich auch eine Swim-up-Bar sowie ein DJ-Pult im Wasser.

Bestehende Angebote wie der Pool Swim & Tonic werden erweitert. Für Kinder gibt es zusätzliche Wasserelemente im Aquapark Splashaway Bay.

Im Wasserpark Category 6 – laut Reederei der größte auf See – kommen zwei neue Familienrutschen hinzu, darunter eine Trichterrutsche für mehrere Personen. Auch die Rennrutschen Storm Chasers werden überarbeitet. Weitere Angebote sind die Kombination aus Skywalk und Seilrutsche Crown's Edge in rund 47 Metern Höhe, der Surf-Simulator Flow Rider sowie Kletterwand, Minigolfanlage und Sportfelder für verschiedene Ballsportarten.

28 Restaurants und neue Konzepte

An Bord sind 28 gastronomische Angebote geplant. Neu ist der Orleans Parish Supper Club mit mehrgängigem Menü, Live-Jazz und Gerichten aus der Cajun- und Kreolenküche.

Mit Royal Railway – Hero Station führt die Reederei ein Restaurantkonzept ein, das Gäste während des Essens virtuell per Zugreise an verschiedene Orte versetzt. Im Familienbereich Surfside sollen zudem Kochkurse für unterschiedliche Altersgruppen angeboten werden.

Routen in der Karibik

Die Hero of the Seas soll einwöchige Kreuzfahrten in die östliche und westliche Karibik anbieten. Alle Reisen beinhalten einen Stopp auf der Privatinsel Perfect Day at Coco Cay auf den Bahamas. [Hier geht es zum Video](#) ⚓

Nicko erhebt Treibstoffzuschläge auf Fluss und Hochsee

Aufgrund stark gestiegener Treibstoffpreise führt Nicko Cruises einen Zuschlag von zehn Euro pro Person und Nacht für Reisen mit der Vasco da Gama ein.

Auf dem Fluss werden acht Euro ab Mai fällig. Die Mehrkosten, die rein rechnerisch sogar noch höher lägen, resultieren aus der Krise in Nahost.

Kreuzfahrtveranstalter Nicko Cruises erhebt für Hochseereisen mit der Vasco da Gama künftig einen Treibstoffzuschlag von 10 Euro pro Person und Nacht. Hintergrund sind stark gestiegene Treibstoffpreise infolge der geopolitischen Lage im Nahen Osten und der Blockade der Passage von Hormus.

Chartermodell erhöht Kostendruck
Das Schiff wird im Vollcharter betrieben. Damit trägt der Nicko das wirtschaftliche Risiko für die gesamte Saison. Die Partner-Reederei verlange zusätzliche Treibstoffzuschläge für jede Reise. Einen Teil dieser Mehrkosten gibt der Stuttgarter Anbieter nun gemäß seiner Allgemeinen Geschäftsbedingungen an die Gäste weiter.

Der Zuschlag wird für jede Reise berechnet und in der Rechnung ausgewiesen.

Die Flussschiffe werden ebenfalls im Vollcharter betrieben. Für alle Flusskreuzfahrten ab dem 1. Mai 2026 berechnet Nicko einen Treibstoffzuschlag von acht Euro pro Person und Nacht.

Deutlicher Preisanstieg bei Schiffstreibstoff

Grundlage der Berechnung ist der Preis für Marine Gas Oil. Der durchschnittliche Verbrauch der Vasco da Gama liege zwischen Ende März und dem Beginn der Weltreise am 3. November 2026 bei rund 33 Tonnen pro Tag.

Vor Beginn der geopolitischen Spannungen habe der Spritpreis bei etwa 720 US-Dollar pro Tonne gelegen. Bei der Erstellung des Kataloges und der ursprünglichen Kalkulierung der Reise-



Foto: Nicko Cruises

preise sei man sogar „noch von einem zum damaligen Zeitpunkt niedrigeren Bezugspreis von unter 700 USD pro Tonne“ ausgegangen, teilt der Veranstalter [auf seiner Website mit](#).

So berechnet sich der Zuschlag

Am 7. April habe der Preis nun rund 1.500 US-Dollar pro Tonne erreicht. Das entspricht Mehrkosten von etwa 800 US-Dollar je Tonne. Bei einem täglichen Verbrauch von 33 Tonnen belaufen sich die Zusatzkosten so auf rund 26.400

US-Dollar, gut 22.600 Euro je nach Wechselkurs.

Die Vasco da Gama bietet Platz für 1.000 Passagieren. Bei voller Auslastung ergibt sich daraus eine rechnerische Mehrbelastung von rund 10,74 Euro pro Person und Tag, womit der jetzt erhobene Zuschlag von zehn Euro pro Nacht immer noch unterhalb der tatsächlichen Kostensteigerung liegt.

Die weitere Entwicklung der Treibstoffpreise sei derzeit nicht absehbar.

Mehrkosten auf See: Nicko Cruises erhebt für Hochseereisen mit der „Vasco da Gama“ einen Treibstoffzuschlag von zehn Euro pro Person und Nacht. Hintergrund sind stark gestiegene Energiepreise infolge geopolitischer Spannungen, die der Veranstalter aufgrund seines Vollcharter-Modells nur teilweise selbst tragen kann und daher anteilig an die Gäste weitergibt.



Foto: iStock

Sunny Cars meldet stabile Mietwagenpreise trotz Krise

Trotz globaler Unsicherheiten bleiben Preise stabil und liegen unter dem Vorjahr. Während spontane Buchungen leicht zurückgehen, bleibt die Nachfrage in klassischen Urlaubsländern robust.

Der Mietwagenmarkt zeigt sich im März 2026 stabil, die Preise liegen mehr als fünf Prozent unter dem Niveau von 2025. Das geht aus einer Analyse des Münchner Brokers Sunny Cars hervor.

Nach starken Schwankungen im Vorjahr hätten sich die Preise demnach in den ersten Monaten 2026 auf einem moderaten Niveau eingependelt. „Natürlich betrifft auch uns die momentane Marktlage, die in Teilen zu verhaltenerer Nachfrage führt“, erklärt Thorsten Lehmann, Geschäftsführer von Sunny Cars. „Umso wichtiger ist es für uns, Stabilität und attraktive Konditionen zu gewährleisten – gerade dann, wenn viele Reisende ihre Urlaubsplanung mit Bedacht angehen.“

Für Reisende bedeute das aktuell eine Entlastung bei der Urlaubsplanung

sowie eine weiterhin gute Verfügbarkeit von Mietwagen in vielen Ferienregionen.

Spontan gebuchte Reisen gehen leicht zurück. Gleichzeitig bleiben klassische Urlaubsländer wie Spanien, Portugal und Griechenland stark gefragt. Die Buchungen bei Sunny Cars lagen in den vergangenen Wochen prozentual leicht über dem Vergleichszeitraum 2025. „Wer jetzt bucht, profitiert nicht nur von stabilen Preisen, sondern auch von der Rundum-Sorglos-Garantie, die Sicherheit und Flexibilität bietet.“

Spanien führt im März 2026 die Liste der wichtigsten Zielgebiete an. Dahinter folgen Portugal, Griechenland und Italien. Die USA bleiben einziges Fernreiseziel unter den Top fünf. Auf die USA folgen Großbritannien, Frankreich, Deutschland und Kanada.

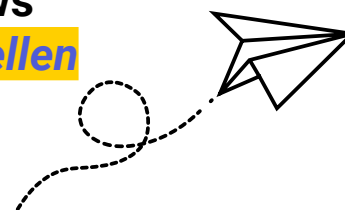
WIR SEHEN REISEN MIT ANDEREN AUGEN. JETZT. UND ALLE 14 TAGE NEU.



SCAN ME

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





Angebotsübertragung in UI Office

Der Berliner Spezialist Chamäleon erweitert die Anbindung an das Mid-Office-System UI Office von Bosys: Künftig werden neben Buchungen auch Angebote automatisch übertragen und ohne manuelle Zwischenschritte bis zum Abschluss weiterverarbeitet. Das verkürzt die Abläufe spürbar. „Der Prozess vom Angebot bis zur Buchung soll für unsere Reisebüro-Partner so komfortabel und effizient wie möglich sein“, sagt Vertriebsleiterin Janka Morgenroth.

UI Office wird unter anderem von Kooperationen wie ADAC, Reiseland, RTK und TUI Franchise genutzt.



Foto: iStock

Famtrips kombiniert mit Content-Training

Mit dem neuen Famtrip-Format „Go Best“ verbindet Best-Reisen Inforeisen mit Social-Media-Training. Die erste Reise führt nach Marokko. Teilnehmer erstellen Inhalte direkt vor Ort und lernen, diese für verschiedene Kanäle aufzubereiten und im Vertrieb einzusetzen.

Die Reisebürokooperation Best-Reisen startet mit „Go Best“ ein neues Inforeise-Format, das klassische Produktkenntnis mit Social-Media-Training verbindet. Die erste Reise ist bereits angelaufen und führt Expedienten nach Marokko.

Neun Expedienten reisen auf Einladung des Erlebnisreiseprozessspezialisten G Adventures durch das nordafrikanische Land. Begleitet werden sie von Dana Bauche, Social-Media-Expertin bei Best-

Reisen. Dabei sind außerdem Carolin Weiler von G Adventures und Youssef Anas vom marokkanischen Verkehrsbüro.

Content-Produktion direkt vor Ort

Im Zentrum steht die praktische Arbeit: Die Teilnehmer produzieren Inhalte während der Reise und lernen, diese für unterschiedliche Kanäle aufzubereiten. „Auf diesen Reisen lernen die Teilnehmenden, wie sie Bilder, Sprache und

Töne sowie Emotionen in Reels, Stories und Posts umsetzen. Gemeinsam holen wir das Beste aus jedem Moment heraus und machen aus Erlebnissen echten, greifbaren Content“, sagt Dana Bauche.

Die Inforeise ist als Workshop konzipiert. „Die Expedienten positionieren sich außerdem gleichzeitig auf ihren Social Media-Kanälen als Destinationsexperten und vernetzen und inspirieren sich gegenseitig“, so Bauche.

Praxiserfahrung entwickelt

„Die Idee zu diesem neuen Schulungsformat für Inforeisen entstand im vergangenen Jahr als Dana Bauche als Social Media-Expertin mit auf einer G Adventures Gruppenreise in Peru war“, sagt Best-Vertriebsleiter Jochen Köhler. „Sie hat dort gezeigt, welcher Content von einer Reise für die Kunden von Reisebüros einen Mehrwert besitzt, und hat gleichzeitig die Mitreisenden zur Content-Kreation inspiriert“, sagt er.

„Daraus haben wir nun das Go Best-Konzept entwickelt, in dem Dana ihr Social Media-Wissen ganz gezielt an die Best-Community weitergibt. Reisen in besondere Ziele, mit besonderer Atmosphäre und spannenden Motiven – so erhalten die Mitreisenden neben neuen Destinationskenntnissen auch weiterführende Infos zu einem starken Social Media-Auftritt“, so Köhler.

Weitere Reisen geplant

Die Kooperation plant für 2026 insgesamt drei Go-Best-Reisen. Nach der laufenden Marokko-Reise folgen Programme nach Island mit Troll Tours im Oktober sowie eine Reise auf dem Mekong mit Lernidee Erlebnisreisen.

„Wir freuen uns, weitere Reiseveranstalter für das Inforeise-Format gewonnen zu haben. Mit Troll Tours und Lernidee Erlebnisreisen haben wir zwei Partner an Bord, die wirklich außergewöhnliche Reisen anbieten, die für Go Best optimal geeignet sind“, sagt Projektmanagerin Simone Sommer.

WEBINAR-TIPPS DER WOCHE

Dienstag, 14. April

WOLTERS RUNDREISEN | Anpassbare Autoreisen – mehr Flexibilität für Kunden und Reisebüros

[Hier zur Anmeldung](#)

Mittwoch, 15. April

CUNARD | Das Buchungssystem POLAR Online [Hier zur Anmeldung](#)

Mittwoch, 15. April

WIKINGER REISEN | Trendthema Alpenüberquerung: Webinar von Wikingen Reisen zu Trekkingtouren [Hier zur Anmeldung](#)

JOBS



Erlangen

**Flug- und
Touristikprofi
(m/w/d)**

JETZT BEWERBEN



Robinson und Magic Life bieten wieder Solo-Wochen an

Die TUI-Clubmarken Robinson und Magic Life legen 2026 erneut spezielle Clubwochen für Alleinreisende auf. Die sogenannten Solo Wochen starten im April und finden in vier Adults-only-Anlagen in Europa und der Türkei statt. Das Konzept verbindet gemeinschaftliche Aktivitäten mit Rückzugsmöglichkeiten für individuelle Urlaubsgestaltung.

Immer mehr Menschen würden sich für Alleinreisen interessieren, so die Erkenntnis. TUI verweist in diesem Zusammenhang auf eine „aktuelle“ Studie, ohne diesbezüglich Einzelheiten zu nennen. Knapp 58 Prozent der Befragten hätten sich demnach offen für Solo-Reisen gezeigt, rund ein Drittel sei bereits allein verreist und könne sich weitere Solo-Trips vorstellen.

Gleichzeitig hielten 64 Prozent Adults-only-Angebote für attraktiv, vor allem we-

gen der Ruhe und bewussten Auszeiten. Der Mix aus beidem gewinne damit an Gewicht. „Allein zu reisen ist längst kein Nischentrend mehr. Cluburlaub ist dafür schon heute die passende Antwort, weil er Individualität und Gemeinschaft verbindet“, sagt Bernd Mäser, Geschäftsführer beider Clubmarken.

Den Auftakt macht der TUI Magic Life Beldibi vom 12. bis 26. April. Der Club an der türkischen Riviera kombiniert Sportangebote mit gemeinsamen Erlebnissen. Fitness- und Tanzkurse, Radtouren sowie Beachvolleyball bringen Gäste zusammen.

Ergänzend stehen Cocktailworkshops und Tastings auf dem Programm. Veranstaltungen wie die „Star Night in White“ und ein Partyabend für Singles gehören ebenfalls dazu.



Foto: TUI AG

JOBS

alltours

Düsseldorf

**Reiseverkäufer
für unser Online-
Reisebüro (m/w/d)**

JETZT BEWERBEN



Werden Sie ein Teil von alltours!

JOBS

alltours

Düsseldorf

**Kundenberater im
Reiseservice
(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!

Coral Travel und Ferien Touristik zahlen On-top-Provision

Reisebüros erhalten bei Coral Travel und Ferien Touristik bis Ende April eine zusätzliche Provision von einem Prozent.

Die Veranstaltermarken Coral Travel und Ferien Touristik zahlen Reisebüros für Pauschalbuchungen bis Ende April eine On-top-Provision von einem Prozent. Die Aktion gilt für Reisen in die Türkei, nach Ägypten und Griechenland. Der Reisezeitraum umfasst April und Mai.

Kurzfristpreise treiben Nachfrage

Mit der Vertriebsaktion wollen die Veranstalter den Verkauf kurzfristiger Sommerreisen ankurbeln und incentivieren. Aktuell sorgen niedrige Last-Minute-Tarife und kurzfristige Verfügbarkeiten für Bewegung im Markt. Das eröffne vor allem preissensiblen Kunden und spontanen

Spätbuchern zusätzliche Optionen. Für die drei Zielgebiete haben die Düsseldorfer Anbieter eine Auswahl konkreter Angebote als fertig buchbare Produkte zusammengestellt. Das soll die Beratung vereinfachen, Entscheidungsprozesse verkürzen und die Abschlusschancen erhöhen.

Weiteres Plus für den Counter: Ebenfalls noch bis Ende April bleibt bei Coral Travel der Flexitarif FLEX4KISS in den Angeboten kostenfrei enthalten, auch für Nur-Hotel-Buchungen. Dieser bietet Kunden mehr Flexibilität bei der Reiseplanung und dient als zusätzliches Verkaufsargument.



Fernziele & Europa 2026

Taruk veröffentlicht Minikatalog mit Zusatzterminen

Der Spezialist hat einen 52-seitigen Minikatalog mit neuen Rundreisen, Zusatzterminen und Restplätzen herausgebracht.

Der Kleingruppenspezialist Taruk hat einen Minikatalog mit einer neuen Rundreise, zusätzlichen Terminen und Restplatzangeboten für Sommer und Herbst veröffentlicht. Der 52-seitige Katalog richtet sich an kurzfristig entschlossene Reisende und bündelt Reiseideen für die kommenden Monate.

Enthalten sind Zusatztermine stark nachgefragter Rundreisen sowie Hinweise auf verfügbare Fernreisen und Europatouren. Ein Schwerpunkt liegt auf Fernzielen mit noch verfügbaren Plätzen. Ergänzend stellt Taruk Rundreisen innerhalb Europas vor, die sich für verlängerte Sommerreisen eignen.

Für die Japan-Rundreise „Fujiyama“ bietet der Spezialist zusätzliche Termine speziell zur Kirschblüte 2027 an.

Foto: Taruk

Neu im Programm ist die 20-tägige Rundreise „Nusantara“. Sie führt nach dem Start in Kuala Lumpur zu Stationen auf Sumatra, Java, Bali und Flores. Die Reisen finden in kleinen Gruppen statt.

Der Katalog enthält außerdem ein Interview mit Jörn Dedig, der das Taruk-Büro in Namibia leitet.

Taruk verschickt den Minikatalog an Partneragenturen und Kunden und stellt ihn online als Blättermuster bereit. Reisebüros können ihn für Mailings per Post oder E-Mail nutzen.

Zusätzliche Exemplare lassen sich kostenlos über Infox oder den Agenturbereich bestellen.

[Hier zur Bestellung](#)



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

JETZT LESEN!



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!](#)



Foto: iStock

Hapag-Lloyd bietet neue Landerlebnisse zur Kreuzfahrt

Hapag-Lloyd Cruises stockt bei Vor- und Nachprogrammen auf. Ergänzend zu Kreuzfahrten stehen neue Städteprogramme, Rundreisen und individuelle Arrangements zur Verfügung, die sich flexibel kombinieren lassen.

Hapag-Lloyd Cruises veröffentlicht neue Vor- und Nachprogramme für den Zeitraum Herbst 2027 bis Anfang 2029. Der Anbieter erweitert bestehende Routen um Angebote wie Städteprogramme, Rundreisen, Hotelaufenthalte und individuell geplante Arrangements. Die Programme richten sich an Gäste der Luxusschiffe Europa und Europa 2 sowie der Expeditionsschiffe Hanseatic Nature, Hanseatic Inspiration und Hanseatic Spirit.

Viele Ein- und Ausschiffungshäfen dienen als Ausgangspunkt für die zusätzlichen Reiseerlebnisse. „Wir verstehen Luxus als Gestaltungsfreiheit. Unsere Vor- und Nachprogramme ermöglichen es unseren Gästen, Destinationen vor und nach der Kreuzfahrt in-

tensiver zu erleben. Diese zusätzlichen Erlebnisse an Land fügen sich nahtlos in das Gesamterlebnis mit Hapag-Lloyd Cruises ein“, erläutert Managerin Isolde Susset.

- **Begleitete Programme** finden in kleinen Gruppen statt und werden **von einer Reiseleitung geführt**.
- **Private Programme** bieten individuell buchbare Hotelarrangements mit Transfers. Sie richten sich an Gäste, die ihre Reise flexibel und im eigenen Tempo gestalten möchten.
- **Individuelle Reisearrangements** organisiert das Travel Concierge Team. Es plant Stopover oder mehrtägige Rundreisen nach persönlichen Wünschen. [Mehr Infos](#)

TRVLCOUNTER

Fakten. Fokus. Führung



NEU

für Entscheider
und Führungskräfte

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

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/)



Foto: DERTOUR

Dertour startet „Summer in the City“ für 2026

Der Veranstalter bündelt über 100 Hotels in europäischen Städten im neuen Städtereisen-Programm „Summer in the City“ für 2026 – kombinierbar mit Muscaltickets und klimafreundlichen Bahnoptionen.

Über 100 Hotels in europäischen Städten umfasst das Programm „Summer in the City“ von Dertour für den Sommer 2026. Ein neuer Online-Katalog bündelt saisonale Angebote für Reisen zwischen April und Oktober 2026.

Der „Summer in the City“-Katalog bündelt saisonale Specials für Reisen von April bis Oktober 2026 und bietet Preisvorteile von bis zu 20 Prozent gegenüber dem regulären Städtereisen-Programm.

Enthalten sind Unterkünfte in zahlreichen deutschen Städten sowie in Großbritannien, Frankreich, Spanien, Österreich, Italien, Portugal, den Niederlanden, Belgien, Tschechien, Ungarn und Skandinavien. Die Angebote liegen zum Teil deutlich unter den regulären

Städtereisen-Konditionen.

Musicals und Bahnoptionen

Ergänzend zum Hotelangebot integriert Dertour auch Eintrittsmöglichkeiten für Musicals und Shows. Dazu zählen unter anderem „Starlight Express“ in Bochum sowie Disneys „Der König der Löwen“ in Hamburg, das dort ein Jubiläum feiert.

Der Katalog enthält zudem Informationen zur Anreise mit der Deutschen Bahn. Ziel ist es, Städtereisen einfacher planbar zu machen und eine klimafreundlichere Anreise zu ermöglichen.

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.

Curaçao meldet stark wachsende Nachfrage aus Deutschland

Die Nachfrage aus Deutschland gibt dem Tourismus auf Curaçao spürbaren Rückenwind. Im März 2026 hat die Karibikinsel über 2.800 Gäste aus Deutschland begrüßt – fast doppelt so viele wie ein Jahr zuvor. Im März 2025 waren es 1.470. Ein Plus also von über 90 Prozent.

Auch im Gesamtbild schlägt sich der Trend nieder: Im ersten Quartal zählt Curaçao 5.130 deutsche Besucher. Im Vorjahreszeitraum waren es etwas über 3.600. Damit liegt das Plus bei mehr als 40 Prozent.

Ausbau von Angebot und Marktpräsenz

Parallel zum Nachfrageanstieg baut die Insel ihre Position im deutschen Markt aus. Im Fokus stehen eine klare An-



Foto: iStock

sprache der Zielgruppen und eine stärkere Sichtbarkeit der Destination. Das Angebot wächst ebenfalls. Mit dem TUI

Blue Curaçao und dem Hotel The Pyrmont kommen 2026 neue Unterkünfte hinzu.

Events und globale Aufmerksamkeit als Treiber

Zusätzliche Impulse liefert ein umfangreicher Veranstaltungskalender. Dazu gehören das Legends Fußballturnier, das Curaçao International Film Festival, das Soul Beach Music Festival und das Curaçao North Sea Jazz Festival.

Internationale Aufmerksamkeit erhält die Insel zudem durch den Fußball: Curaçao nimmt im Juni als kleinste Nation an der FIFA-Weltmeisterschaft teil.

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

Werden Flüge wieder billiger?

ZDF HEUTE | Nach dem Waffenstillstand an der Straße von Hormus: Europas Luftfahrtindustrie atmet vorerst auf. Aber bedeutet das auch billigere Flugtickets für die Sommerferien? Mehr



Airline sucht den schlechtesten Fotografen – und zahlt eine Island-Reise

TRAVELBOOK | Eine Airline verlost eine Reise nach Island – und sucht dafür den schlechtesten Fotografen. Auf den Gewinner warten zudem 43.000 Euro. TRAVELBOOK erklärt, was hinter der Aktion steckt. Mehr



Little Tokio in Düsseldorf

DER FEINSCHMECKER | Hinter dem Düsseldorfer Hauptbahnhof liegt Fernost zum Greifen nah: Deutschlands einzige Japantown gehört zu den wichtigsten asiatischen Wirtschaftsstandorten Europas, das kulinarische Flair ist einzigartig. Wir haben uns zwischen Matcha, Mochi und Ramen treiben lassen. Mehr



Wer in der Arbeit Emojis verwendet, gilt oft als weniger kompetent

DER STANDARD | Frauen halten negative Emojis in Nachrichten von Frauen oft für unangemessener als in Nachrichten von Männern, zeigt eine Studie. Mehr



„Pistols and bombs“ - Scherz mit Folgen am Frankfurter Flughafen

HESSENSCHAU | Wenn der Witz wichtiger ist als der Weiterflug: Wieder einmal hat eine Reisende am Frankfurter Flughafen scherzhaft über Bomben in ihrem Gepäck referiert. Das dürfte gleich in mehrfacher Hinsicht wehtun. Mehr



Die zehn schönsten Strände Kroatiens

GEO | Klares Wasser, türkisblaues Meer, weißer Sand, Kieselsteine, atemberaubende Klippen – für jeden gibt es eine geeignete Badebucht. Die zehn schönsten Strände in Kroatien. Mehr



Wäre ich als Single glücklicher? Ein Psychologe gibt Antworten

STERN | Single-Leben: „Warum tue ich mir das an?“, das haben sich die meisten Menschen in einer Beziehung schon einmal gefragt. Ein Psychologe analysiert dieses Denkmuster. Mehr



An der Küste der Algarve zeigt sich Portugals Süden von seiner ursprünglichen Seite: Wanderwege führen entlang der Atlantikklippen, vorbei an roten Felsformationen, wilden Kräutern und weiten Ausblicken auf den Ozean. Für Aktivurlauber wird die Region damit zunehmend zu einem Ganzjahresziel abseits des klassischen Strandurlaubs.



Abseits der bekannten Strände beginnt eine andere Welt. Eine Algarve der stillen Wege, der weiten Landschaften und der kleinen Entdeckungen am Wegesrand. Eine Region, die sich besonders gut zu Fuß erschließt – Schritt für Schritt.

Der Wind kommt vom Atlantik, trägt den salzigen Geruch des Meeres über die warmen, roten Felsen. Unten brechen die Wellen gegen die Steilküste, Möwen stehen scheinbar reglos in der Luft. Der Pfad folgt den Klippen, mal schmal und sandig, mal durchzogen vom Duft wilder Kräuter. Wer hier unterwegs ist, versteht schnell: Die Algarve ist mehr als Badeurlaub.

Die andere Algarve

Für Wanderführer Paulo Palhota ist genau das der Kern dieser Region. Er ist in Faro aufgewachsen und kennt beide Seiten der Algarve – die touristische und die ursprüngliche.

„Für mich war die Algarve nie nur Strand und Sonne. Sie war das Hinterland, die Stille des Ostens, die Olivenbäume meiner Großmutter und Dörfer, in denen man die Leute noch beim Namen kennt“, erzählt er.

Wer mit ihm unterwegs ist, merkt schnell, dass Wandern hier mehr bedeutet als Bewegung. Es geht um das Eintauchen in Landschaften, die sich langsam verändern: von der rauen At-

Mehr als Strand: Die Algarve zu Fuß entdecken und erleben

Die Algarve steht für Sonne, Strand und Felsenbuchten. Doch wer sich buchstäblich auf den Weg macht, entdeckt eine andere, überraschend leise Seite der Region: ein Wanderland voller Kontraste, Begegnungen und Geschichten. Zwischen Atlantik und Hinterland zeigt sich Portugal hier von seiner ursprünglichsten Seite.

Fotos: Algarve Tourism Bureau / TRVL COUNTER

lantikküste zu den sanften Hügeln der Serra, von touristischen Orten zu Dörfern, in denen der Alltag noch im Rhythmus der Jahreszeiten verläuft.

Fernwanderwege wie die Via Algarviana oder die Rota Vicentina machen genau diese Perspektive möglich. Sie führen durch Regionen, die viele Besucher sonst nie kennenlernen würden.

Begegnungen statt Kilometer

Was Wanderer mitnehmen, sind selten die zurückgelegten Distanzen. Es sind die kleinen Begegnungen. „Die Gäste kommen wegen der Landschaft, aber was sie wirklich berührt, sind die Menschen“, sagt Palhota. „Ein Gespräch in einem Café. Ein alter Mann, der erklärt, wie Medronho gebrannt wird. Eine Bäuerin, die Feigen anbietet. Diese Momente kann man nicht planen.“

Vielleicht ist es genau das, was viele suchen: Reisen, die sich nicht durch Programmpunkte definieren, sondern durch Augenblicke. Ein Mittagessen in einem einfachen Restaurant ohne Speisekarte. Eine frisch zubereitete Cataplana. Gespräche am Abend nach einer langen Etappe, wenn plötzlich nicht mehr über Strecken gesprochen wird, sondern über Eindrücke.

Wege durch zwei Welten

Die Algarve bietet dabei erstaunliche Gegensätze auf engem Raum. Küstenwanderungen mit spektakulären Ausblicken wechseln sich ab mit Touren durch das ruhige Hinterland. Mal dominiert der Atlantik mit seinen dramatischen Farben, mal die stille Weite der Serra mit ihren Korkeichen und Orangenhainen.

Besonders eindrucksvoll ist für viele Wanderer die Ria Formosa, die Lagu-

nenlandschaft vor Faro. Für Paulo Palhota ein Ort, an den er immer wieder zurückkehrt.

„Wenn ich dort bin, funktioniert das Leben anders. Kein Verkehr, keine Eile. Morgens früh hinausgehen, bevor die ersten Boote kommen, und einfach laufen. Das Licht, die Stille, der Geruch nach Salz – das sind echte Momente“, sagt er.

Der lange Weg zum Leuchtturm

Wer sich auf eine längere Route einlässt, erlebt die Algarve noch intensiver. Besonders die Via Algarviana gilt als Reise durch die Seele der Region – von der spanischen Grenze bis zum Atlantik.

Am Ende wartet Cabo de São Vicente, der südwestlichste Punkt Europas. Windumtost, karg, eindrucksvoll. Für viele ist es ein emotionaler Moment.

„Nach zwei Wochen zu Fuß durch

Festival:

Während der Algarve Walking Season treffen sich Wanderer aus ganz Europa beim Festival Caminheiros in Alcoutim, um die stille, ursprüngliche Seite der Region kennenzulernen. Geführte Touren durch die Hügel des Hinterlands, Begegnungen mit Einheimischen und regionale Kulturprogramme zeigen, dass die Algarve auch abseits der Küste ein attraktives Ziel für Aktivurlauber ist.

Die Algarve vereint auf engem Raum überraschende Kontraste. Spektakuläre Küstenwanderungen mit weiten Atlantikblicken stehen im Wechsel mit Touren durch das ursprüngliche Hinterland.



Gut beschildert: Vor einem Wegweiser bei Alcoutim informieren sich Wanderer über die verschiedenen Routen der Algarve Walking Season. Das gut ausgebaute Netz markierter Wege führt durch die Hügellandschaft des Hinterlands und zeigt die Region als attraktives Ziel für Natur- und Aktivtourismus.



Kultur und Wandern: Beim Format „Walk&Art“ der Algarve Walking Season verbinden sich Naturerlebnis und Kultur: Entlang ausgewählter Wanderwege rund um Barão de São João treffen Teilnehmer auf künstlerische Installationen, Performances und lokale Kreative.



Algarve im Hinterland: Sanfte Hügel und Korkeichen prägen die stille, ursprüngliche Landschaft abseits der Küste.

Fotos: iStock / Algarve Tourism Bureau

Die Steilküste bei Sagres zählt zu den eindrucksvollsten Landschaften der Algarve. Am südwestlichsten Punkt Europas trotz der Leuchtturm den kräftigen Atlantikwinden.

das ganze Land ist dieser Augenblick am Leuchtturm etwas Besonderes. Für die Gäste – aber auch für mich“, sagt Palhota.

Und vielleicht beschreibt genau das die Algarve als Wanderziel am besten: Es geht nicht darum, irgendwo anzu-kommen. Sondern darum, unterwegs etwas zu finden.

**

WEITERFÜHRENDE INFORMATIONEN

Ausführliche Informationen zu den Fernwander- und Fernradwegen:

- www.visitalgarve.pt
- www.rotavicentina.com
- www.viaalgarviana.org
- www.baixoguadiana.com

Besser beraten: Fünf Argumente für Wanderreisen

1. Klima in der Nebensaison

Gerade im Frühjahr, Herbst und Winter bietet die Algarve perfekte Bedingungen für Aktivurlaub. Temperaturen zwischen 15 und 25 Grad machen die Region zu einer idealen Alternative zu klassischen Sommerzielen.

2. Unterschiedliche Gruppen

Von einfachen Küstenwegen bis zu mehrtägigen Fernwanderungen reicht das Angebot. Damit eignet sich die Algarve sowohl für Genusswanderer als auch für ambitionierte Aktivurlauber.

3. Aktivurlaub und Komfort

Viele Routen lassen sich mit Standorthotels, Gepäcktransport oder geführten Touren kombinieren. Das macht die Re-

gion auch für Kunden interes-sant, die zwar aktiv sein möch-ten, aber nicht auf Komfort verzichten wollen.

4. Authentische Erlebnisse

Das Hinterland mit kleinen Dör-fern, regionaler Küche und per-sönlichen Begegnungen bietet genau die Erlebnisse, die viele Kunden heute suchen: ent-schleunigtes Reisen mit echtem Kontakt zur Destination.

5. Gute Erreichbarkeit

Direktflüge aus Deutschland, kurze Transferzeiten und eine sehr gute touristische Infra-struktur erleichtern die Planung – ein starkes Argument für die Beratung.

Beratungstipp: Besonders gut verkaufen sich Kombinationen

aus Küstenwanderungen, einem Boutique-Hotel und kulinari-schen Erlebnissen.

VERANSTALTERANGEBOTE

- www.asi-reisen.de
- www.dav-summit-club.de
- www.eberhardt-travel.de
- www.frosch-sportreisen.de
- www.gebeco.de
- www.hauser-exkursionen.de
- www.olimar.com
- www.picotours.de
- www.renatour.de
- www.schulz-aktiv-reisen.de
- www.studiosus.com
- www.wikinger-reisen.de



Verkaufstipps für den Counter

Erlebnis statt Strecke verkaufen

Kunden interessieren sich selten für Kilometer oder Schwierigkeitsgrade. Besser funktioniert die Be-ratung über Bilder im Kopf: Atlantikklippen, kleine Fischerdörfer, regionale Küche oder Begegnungen mit Einheimischen. Wer Emotionen verkauft, ver-kauft erfolgreicher als über reine Fakten.

etappen lassen sich gut positionieren.

Saison aktiv nutzen

Wanderangebote eignen sich ideal für die Neben-saison. Gerade im Frühjahr und Herbst lassen sich damit Zusatzumsätze generieren, wenn klassi-sche Badeziele weniger stark nachgefragt werden.

Mit persönlicher Erfahrung argumentieren

Hilfreich sind konkrete Beispiele: etwa der Fischer-pfad der Rota Vicentina oder Etappen im ruhigen Hinterland. Solche Empfeh-lungen machen Beratung greifbar und stärken die eigene Kompetenz.

Die richtige Zielgruppe

Besonders geeignet sind aktive Best Ager, Paare ohne schulpflichtige Kinder und Kunden, die die Algar-ve bereits kennen. Für sie ist Wandern oft der perfek-te Anlass, die Region noch einmal neu zu entdecken.

Kombinationen anbieten

Sehr gut funktionieren Programme mit drei bis vier Wandertagen kom-biniert mit Erholung am Meer oder in einem charmannten Landhotel. Auch Mietwagenrundreisen mit einzelnen Wander-

Unser Praxis-Tipp

Wandern an der Algarve lässt sich gut als „Algarve für Fortgeschrittene“ ver-kaufen – also für Kunden, die mehr wollen als Strand und Hotel. Das schafft Differenzierung gegenüber reinen Preisangeboten.

Rota Vicentina – Wandern entlang der Atlantikküste: Der GR11 bietet mit dem berühmten Fischerpfad (Trilho dos Pescadores) spektakuläre Küstenwanderungen über Klippen und durch Dünenlandschaften. Ergänzt wird das Angebot durch den historischen Weg im Hinterland sowie zahlreiche Rundtouren.

Beratungstipp: Sehr gut geeignet für Erstwanderer an der Algarve, da viele Etappen auch als Tageswanderungen buchbar sind.



Via Algarviana – die stille Algarve entdecken (ca. 300 km): Der Fernwanderweg GR13 führt vom Grenzort Alcoutim bis zum Cabo de São Vicente. Die Route verläuft durch das ursprüngliche Hinterland mit kleinen Dörfern, Korkeichenwäldern und Olivenhainen. Ideal für Kunden, die Portugal abseits der Küste kennenlernen möchten.

Beratungstipp: Besonders geeignet für erfahrene Wanderer oder Gäste, die authentische Regionen und längere Etappen suchen.



Ausgewählte Wanderfestivals 2026

Ameixial Walking Festival (24. – 26. April): Ältestes Wanderfestival der Algarve mit Touren, Birdwatching, botanischen Exkursionen und Fotowalks.

Barão de São João Walk & Art Fest (6. – 8. November): Verbindung aus Wandern und Kunst mit kreativen Workshops und Ausstellungen.

Monchique Walking Festival (Anfang Dezember): Naturerlebnisse rund um das Thema Wasser in der Bergwelt der Serra de Monchique.

Beratungstipp: Die Festivals eignen sich besonders für aktive Kunden, Alleinreisende oder Stammgäste der Algarve, die die Region neu entdecken möchten. Sie lassen sich gut mit Hotelaufenthalten oder Mietwagenrundreisen kombinieren.

www.algarvewalkingseason.com



Grande Rota do Guadiana – entlang des Grenzflusses (ca. 78 km): Dieser weniger bekannte Fernwanderweg folgt dem Rio Guadiana von der Küste ins bergige Hinterland. Die Route verbindet unterschiedliche Landschaftsformen von Salzwiesen bis zu Bergregionen.

Beratungstipp: Ein Geheimtipp für Kunden, die Ruhe suchen und die Algarve bewusst abseits der touristischen Hotspots erleben möchten.