

TRVL COUNTER *Digital*

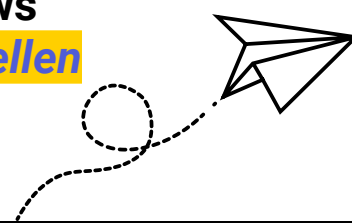
WIR SEHEN REISEN MIT ANDEREN AUGEN

BEST-Jahrestagung 2026

Auf der Jahrestagung an Bord der Vasco da Gama zeigt BEST-REISEN, wie aus Gemeinschaft ein echter Wettbewerbsvorteil werden soll. Vorstand Frank Winkler (Foto mitte) setzt auf KI, neue Strukturen und mehr Reichweite – mit einem klaren Ziel: Technologie soll den Reisebüros mehr Zeit für Beratung verschaffen.

» Jetzt
Winterurlaub
verkaufen

FRÜHLING, SOMMER,
HERBST UND URLAUB!



Jean-Marc Göttert
Chefredakteur

Wie das Reisebüro stark bleibt

Von KI über Online-Wachstum bis zur TUI-Partnerschaft: In Kopenhagen wurde deutlich, warum persönliche Beratung Zukunft hat – wenn sie sich verändert.

Diese Ausgabe von TRVL COUNTER Digital steht ganz im Zeichen der BEST-REISEN-Jahrestagung – und selten passte ein Motto so gut zur aktuellen Lage: „Gemeinsam stark“. Denn an Bord der Vasco da Gama ging es nicht nur um die Zukunft einer Kooperation, sondern um eine Frage, die derzeit den gesamten Reisevertrieb beschäftigt: Wie bleibt das Reisebüro relevant, wenn Online weiter wächst und KI immer mehr Aufgaben übernehmen kann?

Die Antworten fallen erstaunlich klar aus. Best-Reisen-Vorstand Frank Winkler will Technologie nutzen, um Beratung zu

stärken, TUI bekennt sich langfristig zum Reisebüro, Trendforscher Guido Wiegand sieht trotz wachsender OTA-Anteile weiterhin einen festen Platz für den persönlichen Vertrieb – und Tech-Experte Camil Binas nimmt der KI-Debatte etwas von ihrem Schrecken: Sie wird Reiseberater nicht ersetzen, aber deren Arbeit verändern. Mein Eindruck aus Kopenhagen: Die Zukunft des Reisebüros entscheidet sich nicht zwischen Mensch und Technologie. Entscheidend wird sein, wer beides am klügsten miteinander verbindet.

Viel Spaß bei der Lektüre! 📖

Inhalt

BEST-REISEN JAHRESTAGUNG

- 04 Frank Winkler: „Technologie soll Beratung ermöglichen.“
- 07 Tech-Experte Camil Binas: „KI wird uns nicht ersetzen!“
- 08 TUI: „Das Reisebüro bleibt zentral für unsere Vertriebsstrategie“
- 09 Interview mit Best-Reisen-Vorstand Frank Winkler:

COUNTER

- 13 Tischler: Neue Reisehorizonte

- 14 DRV organisiert Dialog zwischen Lehrkräften und Reisewirtschaft
- 15 A-ROSA macht Reisebüros fit für 2027

ADVERTORIAL SAMOVA

- 14 Namibia – wenn Tee auf Reisen geht

CHECK-OUT

- 16 SKR Reisen veröffentlicht Europareisen-Katalog 2027
- 16 Impressum

REISE SOMMER



Mehr als eine Messe – dein Workation-Tag

📍 Mainz | Halle 45

📅 10.10.2026

Alle Tickets inklusive:



ESSEN



GETRÄNKE



PARTY &
KONZERT



MESSE &
WORKSHOPS

1500+
Teilnehmer

150+
Aussteller

30+
Speaker

20+
Sessions

Erlebe die Touristik an einem Tag:

- Wissen, das dich weiterbringt
- Kontakte, die zählen
- Vibes, die bleiben

Jetzt Tickets sichern:
www.reisesommer.com



CHECK-IN

Haifischhaut für den Airbus

Weniger Widerstand,
weniger Verbrauch:
Discover Airlines bringt
AeroSHARK erstmals auf
einen Airbus A330.

Premiere für den Airbus A330: Ein Langstreckenjet von Discover Airlines wird als erstes Airbus-Flugzeug weltweit mit der AeroSHARK-Technologie ausgestattet. Die von Lufthansa Technik und Surventis entwickelte Folie ahmt die feine Struktur von Haifischhaut nach und reduziert dadurch den Luftwiderstand im Flug. Das soll Treibstoffverbrauch und CO₂-Emissionen senken. Nach erfolgreichen Testflügen soll die bislang bereits für verschiedene Boeing-777-Varianten zugelassene Technologie auch für den A330-200 und A330-300 zertifiziert werden.

Gerade für bestehende Langstreckenflotten ist die Technik interessant: Statt auf neue Flugzeuggenerationen zu warten, lässt sich die Effizienz bereits eingesetzter Maschinen durch eine vergleichsweise kleine Veränderung der Oberfläche verbessern. Lufthansa Technik und Surventis arbeiten zudem an der nächsten AeroSHARK-Generation, bei der auch Tragflächen und Leitwerke einbezogen werden sollen. Dadurch könnte sich das bisherige Einsparpotenzial noch einmal deutlich erhöhen.



GEWINNSPIEL

ZYPERN ENTDECKEN & ANDERE INSPIRIEREN

Louis Hotels sucht ein Social-Media-Talent aus der Touristik:

Gewinne für dich und eine Begleitperson
sechs Übernachtungen inklusive Frühstück
auf Zypern – drei Nächte im neu eröffneten
Imperial Island Resort in Paphos und drei
Nächte im **Louis Althea Beach in Protaras**.
Teile deine schönsten Eindrücke vor Ort mit
deiner Community und werde zum Social-
Media-Botschafter für Louis Hotels.

Jetzt mitmachen und mit etwas Glück

Zypern selbst erleben!

LAST CALL

noch bis zum
20.09. teilnehmen

LOUIS HOTELS



Vorstand Frank Winkler präsentiert mit der „Strategie 3.0 die künftige Neuausrichtung der Best Reisen.

„Technologie soll nicht Beratung ersetzen. Technologie soll Beratung ermöglichen.“

Best-Reisen will aus seiner Gemeinschaft einen Wettbewerbsvorteil machen. Auf der Jahrestagung an Bord der Vasco da Gama zeigt Vorstand Frank Winkler, wohin die Reise gehen soll: KI soll Arbeit abnehmen, Best-Connect Reichweite schaffen und eine neue Organisationsstruktur die Kooperation schlagkräftiger machen.

Ein Hauch Karibik zum Auftakt, nordische Gewässer am nächsten Morgen: Mit Musik aus der Dominikanischen Republik, Sponsor des Abends, hat Best-Reisen seine Partner am Vorabend auf die Jahrestagung 2026 eingestimmt. Am Samstag begann im Auditorium Hollywood's an Bord der Vasco da Gama der inhaltliche Teil der Tagung auf dem Weg von Kiel nach Kopenhagen.

Zusammenhalt stärken

Das Motto „Gemeinsam stark“ passt zur Stimmung. Die ist gut, aber keineswegs euphorisch. Zu schwierig ist die Lage im Markt, zu groß sind Kosten- und Wettbewerbsdruck und die Veränderungen, die KI und Digitalisierung gerade im Vertrieb auslösen.

Und deshalb bekommt das Gemeinschaftsgefühl an Bord schnell eine sehr handfeste wirtschaftliche Dimension. Vorstand Frank Winkler präsentiert mit der „Strategie 3.0“ keine Wohlfühlformel für die Kooperation. Sein Anspruch ist deutlich ambitionierter: Aus Gemeinschaft soll Vorsprung entstehen. Community, Technologie und Unternehmertum sollen so zusammenspielen, dass die angeschlossenen Reisebüros auch künftig erfolgreich und vor allem unabhängig arbeiten können.

Unabhängigkeit muss sich rechnen

Das ist der entscheidende Punkt in Winklers Strategie. Unabhängigkeit ist für Best-Reisen kein Selbstzweck. „Alles, was wir unternehmen, zählt darauf ein, dass unsere Reisebüros profi-

tabler arbeiten und aus eigener Kraft wachsen können“, formuliert Winkler. Und noch zugespitzter: „Unabhängigkeit ist am Ende eine Frage der wirtschaftlichen Stärke.“

Damit legt Best-Reisen die Messlatte für die eigene Strategie ziemlich hoch. Community, Digitalisierung und neue Strukturen müssen am Ende nicht nur modern klingen, sondern beim Mitglied ankommen – in Form von Produktivität, Ertrag und unternehmerischem Spielraum.

Gemeinschaft als Geschäftsmodell

Bemerkenswert ist dabei, wie stark Best-Reisen die Rolle seiner Zentrale definiert. „Nicht eine Zentrale denkt für alle. Eine starke Gemeinschaft schafft die Voraussetzungen, damit jeder Unternehmer den eigenen Weg erfolgreicher gehen kann“, sagt Winkler.

Digitalisierung wird zur Zeitstrategie

Dazu gehört auch mehr Mitsprache. Mit den Innovation Circles werden Mitglieder in konkrete Zukunftsthemen eingebunden. Über den Best-Compass hat die Kooperation allein 2026 zwölf Umfragen zu strategischen Themen durchgeführt. Winklers Botschaft: „Community ist bei Best-Reisen kein freundliches Begleitprogramm. Community ist ein Führungsprinzip.“

Am interessantesten wird Winklers Vortrag dort, wo er den inzwischen inflationär gebrauchten Begriff der digitalen Transformation auf den Reisebüroalltag herunterbricht. Denn Best-Reisen will Technologie ausdrücklich nicht zum Selbstzweck machen.

„Technologie soll nicht Beratung ersetzen. Technologie soll Beratung ermöglichen“, lautet einer der zentralen



Unabhängigkeit braucht Ertrag: Die Eigenständigkeit inhabergeführter Reisebüros lässt sich nur sichern, wenn sie wirtschaftlich stark bleiben. Deshalb müssen sich alle Maßnahmen der Kooperation an Produktivität, Wachstum und Ertrag messen lassen.

Gemeinschaft schafft Größe: Das einzelne Reisebüro bleibt selbstständig, nutzt aber gemeinsam Infrastruktur, Wissen, Daten und Reichweite. Best-Connect mit 5,34 Millionen Kundenkontakten zeigt, welchen Skaleneffekt die Kooperation erzeugen kann.

Sätze seines Vortrags. Die Logik dahinter ist einfach: Je mehr Routinearbeiten Technologie übernehmen kann, desto mehr Zeit bleibt für die eigentliche Stärke des stationären Vertriebs – Erfahrung, Vertrauen und persönliche Beratung. Oder wie Winkler es formuliert: „Nicht für weniger Menschen. Sondern für mehr Mensch in der Beratung.“

Deshalb spricht er nicht nur von einer Digital-, sondern von einer „Zeitstrategie“. Weniger Administration, mehr Beratung, mehr Ertrag und schließlich auch mehr Lebensqualität im Reisebüro – so lautet die Wirkungskette.

Dass das Thema bei den Mitgliedern angekommen ist, zeigen die Zahlen: Mehr als 1.700 Teilnehmer haben inzwischen 21 KI-Webinare von Best-Reisen besucht. Winkler interpretiert das als klares Signal: „Die Reisebüros wollen nicht über KI diskutieren. Sie wollen KI konkret im Alltag nutzen.“

KI soll im Maschinenraum arbeiten

Dabei verfolgt Best-Reisen einen Ansatz, der für die aktuelle KI-Debatte im Vertrieb durchaus programmatisch ist: Die Technologie soll möglichst dort arbeiten, wo der Kunde sie gar nicht unbedingt bemerkt.

E-Mails vorbereiten, Buchhaltungsprozesse unterstützen, Reiseunterlagen erstellen oder Fälle dokumentieren – solche Routineaufgaben sieht Winkler als Einsatzfelder. Bei Best-Care wurden bereits mehr als 200 Fälle dokumentiert, 165 davon KI-gestützt verarbeitet.

Die Grenze zieht Best-Reisen gleichzeitig deutlich: „KI unterstützt. Menschen entscheiden.“ Bewertung, Verantwortung und Kundenbeziehung sollen beim Reiseberater bleiben. Denn am Ende, so Winkler, soll Technologie Zeit



Gut angekommen: Am Kreuzfahrtterminal in Kiel, wo die Vasco da Gama liegt, treffen die Teilnehmer ein und holen sich nach der Anmeldung ihre Namensschilder ab



Rund 350 Partner und Reisebüro-Inhaber freuen sich auf Gespräche und Impulse an Bord.



Gastgeber: Bert Freter (Head of Sales) und Michael Baden (Chief Commercial Officer) zusammen mit Best-Reisen-Vorstand Frank Winkler.

freischaufeln für das, „was kein Algorithmus kann: Vertrauen schaffen. Menschen verstehen. Reiseträume verwirklichen.“

5,34 Millionen Kontakte – gemeinsam statt allein

Wie sich die Idee eines technologischen Ökosystems wirtschaftlich übersetzen lässt, zeigt Best-Connect.

Über die zentralen Newsletter wurden im laufenden Geschäftsjahr 2025/26 bereits 5,34 Millionen Kundenkontakte erzielt. Die Angebote werden automatisiert ausgespielt, treten gegenüber dem Kunden aber im Namen und mit der Handschrift des jeweiligen Reisebüros auf.

Die Botschaft ist klar: Skalierbare Technologie lässt sich sinnvoller gemeinsam organisieren – während Beratung und Kundenbeziehung lokal und persönlich bleiben.

Best-Reisen baut auch die eigene Organisation um

Die Strategie bleibt nicht auf Plattformen und KI beschränkt. Best-Reisen verändert auch seine Organisations- und Führungsstruktur. Künftig soll sie auf zwei strategischen Säulen ruhen.

Die erste bündelt Einkauf, Vertriebssteuerung und Community Management und damit die kommerzielle Kette von den Konditionen bis zum Counter. Die zweite führt digitale Transformation, Marketing und Experience zusammen – von Best-Connect über digitales Marketing bis zu Veranstaltungsformaten und Mitglieder-Tools.

Nachwuchs, Luxus und Kreuzfahrt

Wohin die nächste Etappe führt, zeichnet Winkler ebenfalls vor. Vier Themen

rücken besonders in den Mittelpunkt: KI und Produktivität, Nachwuchs und Fachkräfte, die Spezialisierung auf Luxusreisen und Kreuzfahrten sowie der weitere Ausbau der Community.

Auch beim Nachwuchs kann Best-Reisen Zahlen vorlegen. 104 junge Kolleginnen und Kollegen starteten in die Nachwuchs-Offensive 2025/26, 93 schlossen sie im September ab. Im vorherigen Jahrgang waren es 82 Absolventen. Beim Community Forum im April kamen zudem 194 Teilnehmer zusammen.

Das sind keine spektakulären Größenordnungen. Aber sie zeigen, worauf Best-Reisen hinauswill: Zukunftsfähigkeit soll nicht auf ein großes Digitalprojekt reduziert werden, sondern aus vielen miteinander verbundenen Bausteinen entstehen. ⚓



Gruppenfoto: Zur offiziellen Eröffnung versammelten sich Teilnehmer und Partner am Bug des Schiffes.



Petra Cruz, Leiterin des Fremdenverkehrsamtes der Dominikanischen Republik, hatte den ersten Abend an Bord mit viel Karibischem Flair gesponsert.



Beim Karibikabend am ersten Tag sorgten Musik, Tanz und Lebensfreude aus der Dominikanischen Republik für Urlaubsfeeling an Bord der Vasco da Gama.



Treffpunkt Kopenhagen: Im stilvollen Ambiente der Villa Copenhagen wurde die Reisemesse zu einem der kommunikativen Höhepunkte der BEST-REISEN-Jahrestagung. Reisebüro-Partner trafen auf Veranstalter, Reedereien, Airlines, Hotels und Destinationen, informierten sich über neue Produkte und nutzten die Gelegenheit zum persönlichen Austausch.



Für den Ernstfall gerüstet: Auch DRV-Präsident Albin Loidl musste bei der Jahrestagung von BEST-REISEN an Bord der Vasco da Gama zur Seenotrettungsübung antreten.



Tech-Experte Camil Binas: „KI wird uns nicht ersetzen!“

Was können KI-Agenten wirklich – und was bedeutet das für Reisebüros? Camil Binas von der Tech-Firma CFM lieferte auf der Best-Reisen-Jahrestagung an Bord der Vasco da Gama eine der bemerkenswertesten Antworten darauf.

Es ist eines der Themen, an denen derzeit keine Touristiktagung vorbeikommt: künstliche Intelligenz. Auch bei der BEST-REISEN-Jahrestagung 2026 auf der Vasco da Gama nimmt KI breiten Raum ein. Tech-Experte Camil Binas von CFM wählt dabei einen angenehm unaufgeregten Ansatz: Statt KI als Revolution oder Bedrohung zu inszenieren, zeigt er, was KI-Agenten können, wo ihre Grenzen liegen – und wie Reisebüros sinnvoll mit ihnen arbeiten können.

Die Magie entzaubern

Das größte Hindernis beim Einstieg sieht Binas nicht in der Technologie selbst, sondern darin, dass sie auf viele Menschen wie Magie wirkt. Dabei folgt ein KI-Agent einer nachvollziehbaren Logik: Im Zentrum steht das KI-Modell, hinzu kommen Prompt, Erinnerungsfunktionen und Werkzeuge, mit denen der Agent etwa Reisen suchen, Buchungen aufrufen oder E-Mails vorbereiten kann.

Entscheidend ist: Unternehmen bestimmen, welche Informationen der Agent erhält und was er tun darf. „Die ganze Kontrolle für so einen KI-Agenten, die bleibt eigentlich bei uns“, sagt Binas. Richtig konzipiert bewegt sich die KI innerhalb klarer Leitplanken.

Drei Dinge bleiben beim Menschen

Noch wichtiger ist für Binas die Frage, was KI nicht übernehmen sollte. Seine Antwort: Verantwortung, Kreativität und Menschlichkeit. Gerade bei der Verantwortung zieht er eine klare Grenze. KI könne halluzinieren und Fehler machen. „Wir können nicht die Verantwortung abgeben. Die bleibt immer bei uns.“

Für Reisebüros ist das eine gute Nachricht. „Reisen ist kreativ“, sagt Binas. Hinzu kommt Empathie: Kunden verstehen, Stimmungen

aufnehmen und daraus die richtige Empfehlung entwickeln. Diese Fähigkeiten bleiben auch in einer von KI geprägten Beratung entscheidend.

Der Agent sucht – der Mensch entscheidet**

Wie die Arbeitsteilung aussehen kann, zeigt Binas am Beispiel einer Flugsuche. Ein Agent könnte Kundenpräferenzen berücksichtigen, Verbindungen recherchieren und Angebote vorbereiten. Selbst Buchungen wären innerhalb definierter Grenzen möglich. Wird beispielsweise eine festgelegte Preisgrenze überschritten, übernimmt wieder der Mensch. „Es ist eine Zusammenarbeit, kein Gegeneinander“, sagt Binas. Die Grenzen werden technisch definiert – und nicht dem KI-Modell überlassen.

Damit wird die entscheidende Frage weniger sein, **ob KI Arbeit im Reisebüro ersetzt, sondern welche Arbeit Reiseberater künftig überhaupt noch selbst erledigen sollten.** Wenn KI Routine und Recherche übernimmt, entsteht mehr Raum für das, was persönliche Beratung wertvoll macht.

Nicht jeder muss KI-Experte werden

Zum Schluss nimmt Binas den Reisebüros auch den Druck, technologisch alles selbst beherrschen zu müssen. „Ihr werdet nicht alle lernen, einen KI-Agenten aufzubauen. Das wäre völlig falsch.“ Dafür brauche es spezialisierte Partner.

Sein Rat ist entsprechend pragmatisch: ausprobieren, Erfahrungen austauschen, Fehler zulassen und lernen. Oder, wie Binas es formuliert: „Geht entspannt damit um, ohne Druck. Aber lernt es einfach. Ist ein bisschen wie Sport am Anfang.“ 🍷

[Den ganzen Beitrag online](#)



TUI: „Das Reisebüro bleibt zentral für unsere Vertriebsstrategie“

Best-Reisen und TUI setzen auf Kontinuität: Die strategische Partnerschaft wird langfristig verlängert – dem Vernehmen nach für fünf Jahre ab dem 1. November 2026. Auf der Jahrestagung an Bord der Vasco da Gama ist das ein starkes Signal an die Mitgliedsbüros.

Bei der BEST-REISEN-Jahrestagung 2026 an Bord der Vasco da Gama setzte die Kooperation ein wichtiges vertriebspolitisches Signal: BEST-REISEN und TUI Deutschland verlängerten ihre strategische Partnerschaft langfristig.

Am Samstag wurde die Vereinbarung auf der Bühne symbolisch unterzeichnet. Nach internen Informationen soll sie fünf Jahre ab dem 1. November 2026 gelten. Für die rund 650 Mitgliedsbüros schafft das Planungssicherheit und die Perspektive, das gemeinsame TUI-Geschäft weiter auszubauen.

Im Mittelpunkt stehen neben dem Umsatzwachstum zusätzliche Marketing- und Mediaaktivitäten sowie gemeinsame Maßnahmen über BEST-Connect, Pre-Sales und entlang der Customer Journey. Damit geht die Vereinbarung über eine klassische Konditionsvereinbarung hinaus.

Langfristige Sicherheit

BEST-REISEN-Vorstand Frank Winkler wertete die Verlängerung als klares Signal an die Mitglieder. „Mit dieser erneuten Verlängerung unserer strategischen Partnerschaft sind die Aussichten für gemeinsames Wachstum hervorragend.“ BEST-REISEN und TUI verbinde eine jahrzehntelange Zusammenarbeit auf Augenhöhe, die sich laut Winkler auch in den Konditionen widerspiegele. Details dazu nannten beide Partner nicht.

Für die inhabergeführten Reisebüros ist gerade die lange Laufzeit von Bedeu-

tung. Sie gibt ihnen eine verlässliche Perspektive in einem Markt, in dem sich Vertriebswege, Technik und Kundenverhalten derzeit schnell verändern. Zugleich unterstreicht die Vereinbarung den Anspruch von BEST-REISEN, die wirtschaftliche Unabhängigkeit seiner Mitglieder durch starke strategische Partnerschaften abzusichern.

TUI setzt auf den stationären Vertrieb

Auch TUI verband die Vereinbarung mit einem klaren Wachstumsanspruch.

„Heute unterzeichnen wir nicht einfach die Verlängerung eines Vertrags, sondern bekräftigen unseren Anspruch, in Zukunft erfolgreich zu wachsen“, sagte Ilka Lauenroth, Direktorin Vertrieb & Franchise bei TUI Deutschland.

Bemerkenswert ist dabei vor allem die strategische Botschaft hinter der Vertragsverlängerung. Während Online-Buchungen weiter zulegen und Veranstalter ihre digitalen Direktkanäle ausbauen, bindet sich TUI langfristig an eine Kooperation unabhängiger Reisebüros. Persönliche Beratung und stationärer Vertrieb werden damit nicht als Auslaufmodell behandelt, sondern als Teil der künftigen Vertriebsstrategie.

Gerade angesichts wachsender digitaler Vertriebskanäle hatte die Vereinbarung auf der Jahrestagung deshalb besonderes Gewicht. TUI machte deutlich, welchen Stellenwert der stationäre Vertrieb weiterhin besitzt: BEST-REISEN soll als leistungsstarker Reisebüropartner wachsen – und TUI will dieses Wachstum langfristig begleiten. ⚓

INTERVIEW

„Es wird bei uns nicht das Primat des Controllings herrschen“

Nach 19 Jahren im Vorstandsduo steht Frank Winkler bei BEST-REISEN stärker im Rampenlicht. Im Interview mit TRVL Counter spricht der CFO über ein schwieriges Touristikjahr, KI, die Zukunft der Reisebüros – und über seine neue Rolle.

Interview | Jean-Marc Göttert

Das Touristikjahr geht auf die Zielgerade. Wo steht BEST-REISEN aktuell?

Wir lagen per 31. Juli über unser gesamtes Sortiment bei einem Umsatzminus von rund vier Prozent und damit ziemlich genau auf dem Niveau, das auch die TDA für den Markt ausgewiesen hat. Das ist für uns durchaus eine neue Situation, weil wir in der Vergangenheit meist besser als der Markt abgeschnitten haben. Aber da gibt es nichts zu beschönigen. Wichtiger ist für mich allerdings: Unsere durchschnittliche Provisionsquote über das gesamte Sortiment hat bislang nicht darunter gelitten. Die Provisionserlössituation unserer Reisebüros ist insgesamt betrachtet gut.

Das Jahr hatte gut begonnen. Wann kippte das?

Wir hatten sehr viele frühe Buchungen im Kasten. Dann kamen im Februar und März die geopolitischen Krisen hinzu. Im Frühsommer wurde die Situation durch weitere Faktoren belastet, etwa die Wasserknapp-

Das Interview

Mittags an Bord der Vasco da Gama: Frank Winkler kommt gerade von der Bühne der BEST-REISEN-Jahrestagung und stellt sich wenig später dem Gespräch mit den Fachmedien. Der CFO wirkt aufgeräumt und entspannt – obwohl es einiges zu besprechen gibt. Das Touristikjahr ist und bleibt schwierig, die Branche verändert sich rasant und nach dem Abschied seines langjährigen Vorstandskollegen Cornelius Meyer im Sommer steht Winkler bei BEST-REISEN stärker im Vordergrund.

heit auf den Flüssen, die teilweise zu erheblichen Einbrüchen bei Flusskreuzfahrtanbietern geführt hat. All das hat sich auf die Gesamtentwicklung ausgewirkt.

Welche Segmente halten dagegen?

Kreuzfahrt läuft weiterhin gut und liegt im Plus. Bei Fernreisen ist das Bild sehr unterschiedlich. Die USA tun sich beispielsweise schwerer. Gleichzeitig sehen wir, dass Reisen über die Golfstaaten Richtung Asien und Indischer Ozean wieder gebucht werden. Die Fluggesellschaften aus den Emiraten haben ihre Kapazitäten schnell wieder hochgefahren und bieten eine sehr hohe Produktqualität.

Hat sich das Buchungsverhalten der Kunden verändert?

Die Kunden sind preissensibler geworden. Das hören wir auch

„Unabhängigkeit ist am Ende eine Frage der wirtschaftlichen Stärke.“



Foto: Jean-Marc Göttert



Neue Rolle, klare Linie: Nach 19 Jahren im Vorstandsduo rückt Frank Winkler bei BEST-REISEN stärker in den Vordergrund.

von den Veranstaltern. Last Minute hat deshalb wieder eine Rolle gespielt, wenn auch längst nicht mehr in dem Umfang wie früher. Gleichzeitig gibt es aber eine interessante Gegenbewegung: Hochpreisige und luxuriöse Reisen werden deutlich häufiger gebucht als noch vor zehn Jahren. Auch Business Class und Premium Economy sind im Leisure-Bereich viel selbstverständlicher geworden.

Wie erklärst du dir diese Entwicklung?

Ich glaube, dass sich auch die Einstellung zum Geld verändert hat. Gerade ältere Kunden sagen sich häufiger: Ich habe das

Geld, also gebe ich es auch aus und gönne mir etwas. Viele Kinder und potenzielle Erben stehen selbst wirtschaftlich gut da. Dadurch wächst offenbar die Bereitschaft, Geld für besondere Reiseerlebnisse auszugeben.

Welche Partner spielen insgesamt im BEST-Sortiment die größte Rolle?

TUI ist mit Abstand unser größter Partner und kommt auf einen Anteil im hohen 30-Prozent-Bereich, danach folgt Dertour. Dazu kommen unter anderem Schauinsland-Reisen sowie im Kreuzfahrtbereich vor allem Mein Schiff und Aida als starke Umsatztreiber. Bei den Spezia-

listen entwickeln sich beispielsweise Chamäleon und Studio-sus gut. Chamäleon liegt aktuell bei uns rund zwölf Prozent im Umsatz über Vorjahr, und auch der Blick auf das kommende Jahr ist sehr erfreulich.

Und jenseits der aktuellen Umsätze: Was ist derzeit das wichtigste strategische Thema für BEST-REISEN?

Ganz klar die Community. Wir sprechen von Community Leadership. Das ist allerdings nichts, was wir erst im vergangenen Jahr erfunden haben. Dieses Bild vom „gallischen Dorf“ begleitet BEST-REISEN schon sehr lange. Aber wir wol-

len den Gedanken weiterentwickeln: weg vom klassischen Netzwerk und hin zu einem Ökosystem, in dem Menschen, Plattformen und Systeme miteinander vernetzt sind.

BEST Connect soll dabei eine zentrale Rolle spielen. Wie weit seid ihr?

Knapp die Hälfte unserer Büros nutzt BEST Connect. Das Wachstum geht langsam, aber wir gehen bei neuen Mitgliedern sehr konsequent vor: Wer neu zu BEST-REISEN kommt, muss BEST Connect nutzen. Gleichzeitig sehen wir eine klare Entwicklung. Über unsere zentralen Newsletter haben wir zuletzt 5,34 Millionen Kundenkontakte hergestellt, im Vorjahr waren es 4,6 Millionen. Vor allem ist der wirtschaftliche Effekt eindeutig. Agenturen, die BEST Connect nutzen, erzielen einen messbaren Vorteil. Wir sprechen über etwa 0,3 Prozentpunkte auf den Gesamtumsatz einer Agentur. Bei einem durchschnittlichen Sortimentsumsatz von rund 2,5 Millionen Euro ist das eine relevante Größenordnung.

BEST-REISEN hat aktuell rund 650 Büros. Geht es euch überhaupt noch darum, möglichst viele Mitglieder zu gewinnen?

Nein, die reine Zahl ist nicht entscheidend. Wir sind sehr selektiv. Grundsätzlich sprechen wir über Reisebüros ab etwa zwei Millionen Euro Umsatz. Aber natürlich schauen wir uns jeden

Fall individuell an. Wenn ein junges, dynamisches Büro mit großem Potenzial und einem überzeugenden Konzept kommt, betrachten wir das entsprechend. Entscheidend ist für uns, dass ein Unternehmen zu BEST-REISEN passt, BEST Connect nutzt, sich beteiligt und sich als engagiertes Mitglied der Community versteht.

„Technologie soll nicht Beratung ersetzen, sondern ermöglichen.“

Du betonst die wirtschaftliche Stärke der selbstständigen Reisebüros. Wie siehst du ihre Zukunft?

Ich glaube fest daran, dass unsere Reisebüros eine große Zukunft haben. Die selbstständigen und unabhängigen Unternehmer und ihre wirtschaftliche Stärke stehen für uns im Vordergrund. Dafür setzen wir uns ein – über Community Leadership, Digital Leadership und Entrepreneur Leadership. Besonders wichtig sind uns engagierte Unternehmen, die unsere Tools nutzen, sich auf den Plattformen beteiligen und bereit sind, ihr Geschäftsmodell weiterzuentwickeln.

Gleichzeitig steht die Branche vor einem Generationswechsel. Macht dir das Sorgen?

Wir sehen durchaus positive Signale. Die Nachwuchsoffensive zeigt, was junge Menschen auf die Beine stellen können. Wir haben wieder deutlich mehr Absolventinnen und Absolventen. Die entscheidende Aufgabe ist jetzt, diese jungen Leute in der Branche zu halten. Dafür müssen aber auch die Unternehmen etwas tun. Wenn Nachwuchskräfte beispielsweise Möglichkeiten für Inforeisen oder Weiterbildung bekommen, muss ihnen dafür auch der nötige Raum gegeben werden. Natürlich weiß ich, dass viele Reisebüros eine dünne Personaldecke haben. Aber genau an dieser Stelle müssen wir ansetzen.

Und hier kommt KI ins Spiel?

Absolut. Prozesse, die wir digitalisieren können oder künftig durch KI bearbeiten lassen können, müssen wir angehen. Damit schaffen wir Freiräume für die Menschen – für Berater, Verkäufer und Unternehmer. KI soll administrative Arbeit übernehmen und den Menschen Zeit für die Aufgaben geben, bei denen sie wirklich gebraucht werden.

Klingt gut, aber wie konkret ist das bereits?

Sehr konkret. Wir beschäftigen uns intensiv mit KI-Agenten, also Assistenten, die auf Modellen wie ChatGPT, Claude oder Gemini aufsetzen und für definierte Prozesse eingesetzt werden. Bei



Klare Botschaften von der Bühne: Frank Winkler nutzte seinen Auftritt bei der BEST-REISEN-Jahrestagung an Bord der Vasco da Gama, um den Kurs der Kooperation abzustecken. Im Mittelpunkt standen wirtschaftliche Unabhängigkeit, mehr Effizienz und der Einsatz von KI. Technologie soll den Reisebüros Arbeit abnehmen – und ihnen vor allem mehr Zeit für ihre eigentliche Stärke verschaffen: die persönliche Beratung.

BEST Care lassen wir beispielsweise Fälle durch KI vorsortieren, strukturieren und zuordnen. Von 165 auf diese Weise bearbeiteten Fällen konnten bereits 77 gelöst werden. Das zeigt, welches Potenzial darin steckt. Aber auch hier gilt: Das geht nicht von null auf hundert.

Wie groß ist die Akzeptanz bei den Reisebüros?

Das Interesse ist enorm. Wenn rund 1.700 Menschen an unseren KI-Webinaren teilnehmen, ist das ein ziemlich klares Signal. Dort zeigen wir ganz konkrete Best Practices und geben bei-

spielsweise fertige Prompts an die Hand. Wir wollen unseren Mitgliedern nicht vorschreiben, was sie tun müssen. Das sind unabhängige Unternehmer, und das sollen sie auch bleiben. Unsere Aufgabe ist es, ihnen Orientierung und Struktur zu geben und ihnen die Möglichkeit zu eröffnen, diese Technologien zu verstehen und sinnvoll einzusetzen.

Wo siehst du den größten Nutzen von KI-Agenten im Reisebüro?

Bei klar definierten Prozessen. Das kann beispielsweise die Be-

arbeitung von E-Mails sein: Eine KI erkennt, welche Nachrichten zur Buchhaltung gehören, und ordnet sie automatisch entsprechend zu. Oder man hinterlegt für Geschäftsreisen bestimmte Reiserichtlinien, auf deren Grundlage ein Agent anschließend arbeitet. Das Entscheidende ist, dass wir nicht über KI als abstraktes Zukunftsthema reden, sondern über konkrete Arbeitserleichterungen.

Kommen wir zu dir persönlich. Nach 19 Jahren gemeinsamer Vorstandsarbeit ist Cornelius Meyer zu Coral Travel gewech-

selt. Wie war dieser Abschied für dich?

Natürlich ist das anders. Wir haben 19 Jahre Seite an Seite gearbeitet. Wenn wir gemeinsam auf der Bühne standen, war Cornelius immer rechts von mir. Vieles hatte sich eingespielt. Diese Zeit war für unsere persönliche Zusammenarbeit und auch für das Unternehmen extrem wertvoll. Aber irgendwann passiert etwas völlig Normales: Einer sucht eine neue Herausforderung. Dann schalte ich relativ schnell um und frage mich: Wie geht es weiter? Wo setzen wir jetzt den Fokus? Welche Chancen ergeben sich aus dieser neuen Situation und wo können wir Strukturen anpassen? Ich würde allerdings lügen, wenn ich behaupten würde, dass der Abschied emotional nichts mit mir gemacht hat. Natürlich hat er das.

Du bist jetzt deutlich stärker die Person im Vordergrund. Wie fühlt sich das an?

Es ist anders, aber es geht mir gut damit. Ich bin grundsätzlich eher zurückhaltend und muss mich nicht permanent in den Vordergrund spielen. Und eines ist mir wichtig: Nur weil ich CFO bin, wird bei BEST-REISEN künftig ganz sicher nicht das Primat des Controllings herrschen. Wir setzen unseren Weg fort. Unsere strategische Entwicklung ist ein Marathon. Das gilt für die Community ebenso wie für unseren Markenaufbau, Marketing,

Vertrieb und Digitalisierung.

Ihr habt auf der Jahrestagung auch eine neue Vereinbarung mit TUI präsentiert. Sind solche Verhandlungen hinter den Kulissen härter, als es nach außen aussieht?

Natürlich. Geschäftsleben ist nicht immer einfach. Man spricht lange, man verhandelt und es gibt unterschiedliche Interessen. Das ist kein Kindergeburtstag und auch nicht Friede, Freude, Eierkuchen. Aber entscheidend ist, dass man die richtigen Themen offen anspricht. Genau dafür habe ich mich auch bei TUI bedankt. Am Ende haben wir für beide Seiten und insbesondere für unsere Agenturen eine sehr gute Vereinbarung erreicht. Und BEST-REISEN und TUI sind strategische Partner – solche Partnerschaften denkt man nicht kurzfristig.

Du selbst hast deinen Vertrag bei BEST-REISEN noch einmal verlängert. Was treibt dich nach all den Jahren an?

Es macht mir einfach richtig viel Spaß. Ich habe Betriebswirtschaft mit Schwerpunkt Marketing studiert und meine touristische Karriere im Marketing begonnen. Vielleicht erklärt das auch, warum ich trotz meiner heutigen Funktion als CFO nicht ausschließlich durch die Finanzbrille auf das Unternehmen schaue. Mich reizt die strategische Entwicklung. Wir haben

noch viel vor – bei der Community, bei Digitalisierung und KI und vor allem bei der Frage, wie wir unsere selbstständigen Reisebüros wirtschaftlich stark halten. Genau daran möchte ich weiterarbeiten. ⚓

Zur Person

Bevor Frank Winkler zu BEST-REISEN kam, sammelte er bereits früh Erfahrungen mit dem digitalen Wandel der Touristik. Ende der 1990er-Jahre baute er beim europäischen Online-Auktionshaus und Start-up QXL Ltd. mit Sitz in London den Touristikbereich auf. Das Unternehmen übernahm später unter anderem Ricardo in Deutschland. Zuvor war Winkler im Vertriebsmarketing von Hetzel-Reisen tätig. Zwischen beiden Stationen gönnte er sich knapp ein Jahr Auszeit – für eine Weltreise.

Über Best Reisen

BEST-REISEN ist eine Vertriebskooperation, die ausschließlich Reisebüros gehört. Sie vereint vor allem leistungsstarke, inhabergeführte Reisebüros, die sich durch eine ausgeprägte Dienstleistungsqualität sowie einen besonders qualifizierten Beratungsservice auszeichnen. Aktuell zählt BEST-RMG Reisen Management AG mit Hauptsitz in Filderstadt bei Stuttgart fast 650 Mitglieds-Reisebüros. Vorstand und CFO ist Frank Winkler. Aufsichtsratsvorsitzender ist Holger Crone.

TRVLCOUNTER MAGAZIN

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

Jetzt
im Doppelpack
sichern

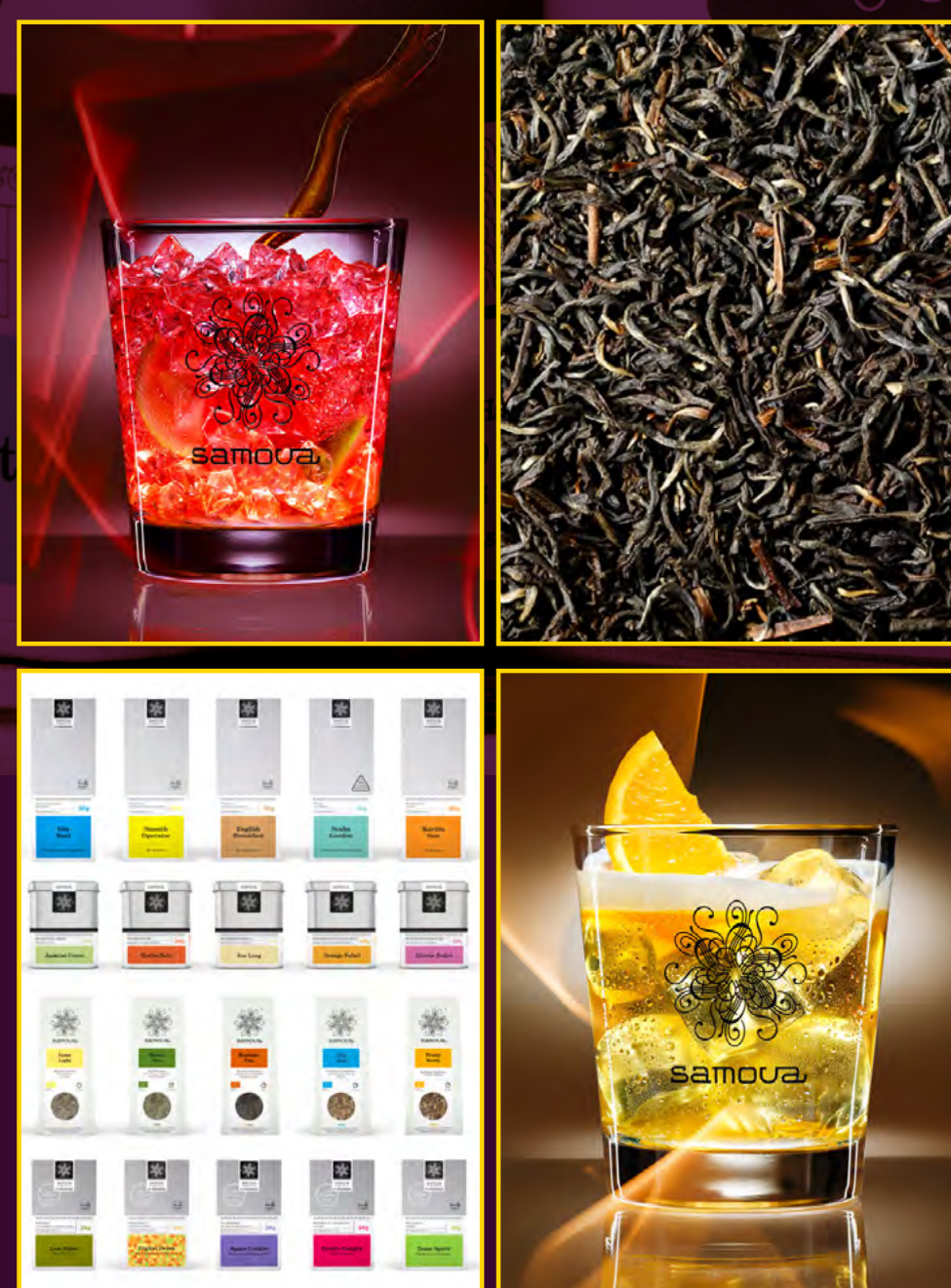
WILLKOMMEN in der TRVL COUNTER-Community

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.

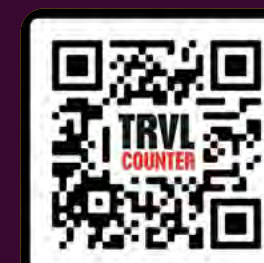
Jetzt abonnieren und Ihr exklusives SAMOVA Tee-Set sichern
– nur solange der Vorrat reicht. E-Mail an: ABO@TRVLCOUNTER.DE



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: iStock

Neue Reisehorizonte

Vier neue Kataloge und drei neue Ziele bringt der Spezialist zum 50-jährigen Bestehen an den Counter. Timor-Leste, Madagaskar und Tunesien erweitern das Programm..

Asien-Spezialist Tischler Reisen veröffentlicht vier neue Kataloge für die Saison vom 1. November 2026 bis 31. Oktober 2028. Neu ins Programm kommen **Timor-Leste, Madagaskar und Tunesien**. Gleichzeitig baut der Veranstalter zahlreiche bestehende Ziele aus.

In Asien wächst vor allem das Angebot für Thailand, die Philippinen und Bali. Thailand bleibt die stärkste Destination im Tischler-Programm und erhält zusätzliche Hotels sowie neue Aktiv-, Natur- und Kulturreisen. Auf den Philippinen kommen neue Rundreisen, Siargao als Ziel sowie weitere Hotels hinzu. Auf Bali ergänzen neue Kurzreisen und Unterkünfte das Portfolio.

Auch Marokko und Saudi-Arabien werden deutlich ausgebaut. In Marokko kommen neue Rundreisen, die Agafay-Wüste sowie zusätzliche Hotels und Riads hinzu. Das Saudi-Arabien-Programm wird nahezu verdoppelt und um neue Privat- und Kurztouren ergänzt.

Auf dem Indischen Subkontinent erweitert Tischler vor allem Indien mit neun neuen Privattouren – darunter Rad-, Safari- und Schiffsreisen. In Bhutan kommen zwei neue Rundreisen hinzu, in Sri Lanka 21 weitere Hotels.

Die vier Kataloge erscheinen im 50. Jubiläumsjahr von Tischler Reisen. Der fünfte Katalog für Fernost mit Japan, China, Hongkong, Taiwan und Südkorea folgt im Herbst 2027. 

Eberhardt macht aus Kreuzfahrten Rundreisen

Eberhardt Travel bündelt Fluss-, Yacht-, Hochsee- und Expeditionskreuzfahrten mit organisierter An- und Abreise, eigener Reisebegleitung sowie Vor- und Nachprogrammen. Das Spektrum reicht von europäischen Flüssen und Küsten bis nach Alaska, in die Antarktis und in die Südsee.

Die Gäste reisen als betreute Gruppe, können ihre Zeit an Bord aber individuell gestalten. Bei Fernreisen kombiniert Eberhardt die Kreuzfahrten häufig mit zusätzlichen Landprogrammen – etwa in Japan, Alaska, Australien oder der



Südsee. Für Alleinreisende gibt es zudem ausgewählte Kreuzfahrten mit bereits eingeplanten Einzelkabinen und reduzierten oder entfallenden Zuschlägen.

Miller macht fit für Kolumbien

Wie lässt sich Kolumbien am Counter besser verkaufen? Antworten gibt Miller Reisen beim nächsten „Miller Mittwoch“. Das rund 30-minütige Webinar vermittelt Reisebüros kompaktes Destinationswissen und praktische Tipps für die Beratung und den Verkauf von Kolumbien-Reisen.



Galapagos Pro startet Chile-Plattform

Galapagos Pro hat eine neue Plattform für Chile freigeschaltet. Das Angebot reicht von der Atacama-Wüste über Weingüter und Vulkanlandschaften bis nach Patagonien. Neben individuell geplanten Reisen stellt der Spezialist dort auch Camper-Rundreisen durch verschiedene Regionen des Landes vor.



Anzeige

DRV-Hauptstadtkongress
15.-16. Oktober 2026
Hotel Titanic Chaussee Berlin

DRV
HAUPTSTADTKONGRESS

Jetzt anmelden!

**Zukunft.
Perspektiven.
Verantwortung.**

Die Zukunft der Reisewirtschaft in Berlin!

Schauinsland stellt das Sommerprogramm 2027 vor

Ab Oktober geht Schauinsland-Reisen wieder auf Sonnenseiten-Roadshow. Insgesamt macht der Duisburger Reiseveranstalter 22 Mal in Deutschland Halt, um den Expedienten das neue Sommerprogramm 2027 vorzustellen. Mit dabei sind ausgewählte Partnern aus den Bereichen Hotellerie, Airlines, Kreuzfahrten und Destinationen.

Los geht es am 19. Oktober in der Firmenzentrale in Duisburg. Zu den weiteren Stationen der Info-Tour gehören Köln, Mannheim, Kassel, Frankfurt, Ulm, München, Nürnberg, Hamburg, Hannover und Dresden. Die

Roadshow endet am 5. November in Berlin. Einlass ist jeweils ab 18.15 Uhr.

Schauinsland verspricht den Gästen ein abwechslungsreiches Programm mit persönlicher Begrüßung, Networking-Gelegenheiten, einem exklusiven Dinner sowie Präsentationen rund um die Neuheiten und Highlights des Sommerprogramms 2027. Darüber hinaus können sich die Teilnehmenden jeweils auf besondere Verlosungsaktionen freuen.

Die Anmeldung zu den unterschiedlichen Terminen erfolgt über www.slr-info.de/deutschland-sommer27.



Foto: iStock

DRV organisiert Dialog zwischen Lehrkräften und Reisewirtschaft

Nach zweijähriger Pause bringt der DRV wieder Lehrkräfte aus dem Bereich Tourismus und berufliche Bildung mit Vertreterinnen und Vertretern der Reisewirtschaft zusammen. Am 20. und 21. November findet bei Schauinsland-Reisen in Duisburg die Fachtagung für Berufsschullehrende statt.

Nach zweijähriger Pause bringt der DRV am 20. und 21. November bei Schauinsland-Reisen in Duisburg wieder Berufsschullehrende und Vertreter der Reisewirtschaft zusammen. Ziel der Fachtagung ist es, den Austausch zwischen Schulen, Ausbildungsbetrieben und Branche zu intensivieren und aktuelle Entwicklungen stärker in die Ausbildung zu tragen.

Zum Auftakt geht es deshalb um die Frage, wie sich die Anforderungen an die berufliche Bildung im Tourismus verändern. Branchenupdates zu Reiseveranstaltern, Reisebüros und Business Travel gehören ebenso zum Programm wie die neue EU-Pauschalreiserichtlinie, Auslandsaufenthalte während der Ausbildung und Kinderschutz auf Reisen.

Beim Speed-Networking treffen die Lehrkräfte zudem auf Branchenvertreter und Young Talents. Am zweiten Tag rückt die praktische Arbeit in den Mittelpunkt: In Workshops beschäftigen sich die Teilnehmer unter anderem mit dem Einsatz von KI im Unterricht und Strategien gegen Ausbildungsabbrüche.

Gemeinsam mit dem DRV-Bildungsausschuss soll diskutiert werden, wie sich das Berufsbild und die touristische Ausbildung künftig weiterentwickeln muss.

Angeichts von Fachkräftemangel, Digitalisierung und neuen Anforderungen an die Reiseberatung wird die Verzahnung von Berufsschule und betrieblicher Praxis für die Branche wichtiger denn je.

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!

Tempolimits im Ausland

Wer im Urlaub einen Mietwagen nimmt, sollte die Temporegeln des Reiselandes kennen. Sunny Cars gibt einen Überblick für neun beliebte Ziele von Griechenland und Spanien bis Kanada, Südafrika und Mauritius. Dabei unterscheiden sich nicht nur die Limits, sondern auch die Strafen deutlich. [Mehr](#)



Coral baut Fernreiseprogramm um Sansibar aus

Von Nungwi im Norden bis Jambiani an der Ostküste reicht das neue Sansibar-Programm von Coral Travel und Ferien Touristik. Rund zwei Dutzend Hotels stehen zum Start zur Wahl. Die Destination ist für Reisen ab dem 1. November buchbar und soll anschließend ganzjährig angeboten werden. [Mehr](#)



Frankfurter Kleber Group fasst im Nahen Osten Fuß

Die Kleber Group baut ein eigenes Standbein im Nahen Osten auf. Zum Start in Riad präsentiert die Agentur ihre Pläne rund um die WTM Saudi Arabia. Mit Abu Dhabi und Dubai sollen kurz darauf zwei weitere Standorte folgen. Das MENA-Geschäft übernimmt ein lokales Team. [Mehr](#)



A-ROSA macht Reisebüros fit für 2027

Mehr Power für den Counter: A-ROSA startet die neuen Power Sales Weeks mit Reisebüro-Besuchen, Kurz-Webinaren und Verkaufsaktionen für die Saison 2027.

Mit den neuen Power Sales Weeks will A-ROSA den stationären Vertrieb gezielt auf die Saison 2027 vorbereiten. Bis Ende Oktober geht das Sales-Team dafür direkt auf mehr als 600 Reisebüros zu.

Bei den persönlichen Gesprächen stehen die Neuheiten der kommenden Saison ebenso auf dem Programm wie konkrete Ideen für die Vermarktung von Flusskreuzfahrten. Dabei soll auch der direkte Austausch mit den Vertriebspartnern intensiviert werden.

Parallel baut A-ROSA sein Schulungsangebot aus. Sechs neue Kurz-Webinare vermitteln jeweils in 15 Minuten kompaktes Wissen zu unterschiedlichen Themen rund um die Flusskreuzfahrten des Anbieters. Das bewusst kurze Format soll Expedienten ermöglichen, die Schulungen ohne großen Zeitaufwand in ihren Reisebüroalltag einzubauen. Anmeldungen sind bereits möglich.

Für zusätzliche Aufmerksamkeit am Point of Sale sorgt ein Schaufensterwettbewerb. Reisebüros können bis Ende Oktober ihre Schaufenster zum Thema A-ROSA Flusskreuzfahrten gestalten und die Beiträge über das Extranet einreichen. Anschließend stimmen die Nutzer des Extranets über ihre Favoriten ab. Zu gewinnen gibt es unter anderem eine Seminarreise mit A-ROSA für zwei Personen.

Mit dem neuen Aktionsformat verbindet die Reederei damit erstmals persönliche Vertriebsbetreuung, Weiterbildung und konkrete Verkaufsförderung.



Foto: A-ROSA Flussschiff GmbH

Dass A-ROSA dabei bewusst auf den Counter setzt, unterstreicht Stephanie Schrahe, Director Omnichannel Sales: „Trotz zunehmender Digitalisierung bleibt das Reisebüro für den Verkauf von Flusskreuzfahrten der wichtigste Vertriebspartner.“

Entsprechend sollen die Power Sales Weeks Beratungskompetenz und Verkaufunterstützung der Agenturen stärken. Weitere Informationen zu den Power Sales Weeks finden Vertriebspartner im [A-ROSA Extranet](#).

SUNRISE
Alora Aqua Park Resort



 Coral
travel

FERIEN
TOURISTIK

Sossusvlei zählt mit seinen gewaltigen roten Sanddünen und weißen Salz-Ton-Pfannen zu den spektakulärsten Landschaften Namibias.

Namibia – wenn Tee auf Reisen geht

Tee ist Genussmittel, Kulturgut – und seit Jahrhunderten ein Weltreisender. Kaum ein Getränk erzählt so viel über Länder, Handelswege und Begegnungen zwischen Menschen. Die Hamburger Tee-Manufaktur samova verbindet diese Geschichten mit modernen Teekompositionen. TRVL COUNTER geht mit samova deshalb auf eine kleine geschmackliche Weltreise. Erste Station: Namibia – mit „Orange Safari“.

Unsere Tee-Reise beginnt in Namibia: Endlose Horizonte, Wüste, roter Sand, Lodges und Safari – Tee würde man mit diesen Bildern vielleicht nicht spontan verbinden. Bei samova führt jedoch genau hier eine Spur zu einer der besonderen Mischungen der Hamburger Tee-Manufaktur: Orange Safari.

Ihre Basis ist Rooibos. Der Nadelstrauch ist eng mit dem südlichen Afrika verbunden. In der Region Suid Bokkeveld wurde er ursprünglich von den dort ansässigen Khoisan zu Tee verarbeitet. Noch heute werden die feinen

Triebe teilweise von Hand mit der Sichel geerntet. Anschließend wird das Erntegut gequetscht, an der Luft oxidiert und getrocknet. Dabei entsteht die charakteristische rotbraune Farbe.

Als die Hamburgerin Esin Rager 2002 gemeinsam mit ihrem Mann samova gründete, war Rooibos in Deutschland noch weit weniger bekannt als heute. Rager, die Schwarztee liebt, dessen Koffein aber nicht gut verträgt, entdeckte in Rooibos eine Alternative. Verfeinert mit Bio-Orange, echter Bourbon-Vanille und farbigen Blüten entstand die Rezeptur für Orange Safari.

Beginn der World Tour in Namibia

Doch bei der Teemischung blieb es nicht. Aus dem Tee wurde eine Reise. 2018 entwickelte samova gemeinsam mit dem Namibia Tourism Board, Air Namibia und Lodges der Gondwana Collection eine nachhaltige Safari durch Namibia. Die Route konnte anschließend tatsächlich gebucht und individuell mit dem Mietwagen nachgereist werden. Eine ungewöhnliche Verbindung von Produkt und Destination. [Hier geht es zum Video-Trailer.](#)

Genau darin steckt eine größere Geschichte. Denn Tee und Reisen gehören



seit Jahrhunderten zusammen. Tee wanderte über Handelswege und Ozeane, wurde zum Wirtschaftsfaktor, zum Ausdruck von Gastfreundschaft und zum festen Bestandteil unterschiedlichster Kulturen. Seine Geschichte reicht von China über Afrika und Indien bis nach Europa – und selbst innerhalb Europas haben sich ganz eigene Rituale entwickelt, etwa die ostfriesische Teekultur.

Tee als Weltkulturerbe

Wer reist, begegnet deshalb immer auch Teekultur. Mal wird Tee zeremoniell serviert, mal steht das Glas ganz selbstverständlich am Straßenrand, in

einer Lodge oder auf einem Markt. Oft ist die gemeinsame Tasse vor allem eines: eine Einladung zum Gespräch. Tee schafft Nähe, wo Sprache manchmal noch Distanz bedeutet. In diesem Sinne ist er tatsächlich ein ziemlich guter Reisebegleiter.

Mit Orange Safari führt die erste Tee-Reise von TRVL COUNTER nun nach Namibia. Weitere Destinationen und Teegeschichten folgen. Denn eine Tasse ersetzt natürlich keine Reise. Sie kann aber Erinnerungen wecken – und manchmal die Lust, überhaupt erst aufzubrechen.

Passend dazu kooperieren samova und TRVL COUNTER jetzt auch beim

TRVL COUNTER-Abo. Das Jahresabo kostet 60 Euro und bietet das Quarterly mit Brancheninformationen, Analysen, Interviews und Geschichten aus der Welt der Touristik. Die ersten 50 neuen Abonnenten erhalten dazu ein exklusives samova Tee-Probeset.

[Hier geht es zum Abo und zum Teeset.](#)

So schließt sich der Kreis: TRVL COUNTER liefert die Reisegeschichten, samova die Reise im Glass. Den Anfang macht Namibia mit der Sorte Orange Safari.

[Mehr infos bei Samova.](#)



Traditionell von den Khoisan im Suid Bokkeveld verarbeitet, wird Rooibos bis heute oft von Hand geerntet. Für samova-Gründerin Esin Rager wurde der koffeinfreie Tee zur Inspiration für „Orange Safari“ – verfeinert mit Bio-Orange, Bourbon-Vanille und Blüten.

SKR Reisen veröffentlicht Europareisen-Katalog 2027 mit über 20 neuen Reiseideen

Mit 177 Reisen und mehr als 20 neuen Reiseideen legt SKR Reisen sein bislang größtes Europa-Programm vor. Neu sind zusätzliche Regionen, Städtereisen und erstmals eine eigene Deluxe-Linie.

SKR Reisen schickt den Europareisen-Katalog 2027 an die Reisebüros. Zu den neuen Zielen und Regionen gehören die ****Lofoten und das Nordkap, Burgund, das Chianti-Gebiet, Umbrien und die Emilia-Romagna****. Zusätzliche Reisen führen unter anderem nach Montenegro, Kappadokien, Südschweden und Cornwall.

Auch bekannte Ziele erhalten neue Reisevarianten. So nimmt der Veranstalter Städtereisen nach Rom, Barcelo-

na und Paris auf. Die neue Winterreise „Baltikum & Skandinavien: Impressionen im Winter“ kombiniert das Baltikum mit Helsinki und Stockholm. Die Programme setzen je nach Reise unterschiedliche Schwerpunkte auf Kultur, regionale Genusserlebnisse und besondere Reisezeiten.

Eine der wichtigsten Neuerungen ist die Einführung von ****Deluxe-Reisen****. Dafür kombiniert SKR ausgewählte Bestseller-Routen mit 5-Sterne-Hotels, komfortableren Transportmitteln und besonderen Genussmomenten. Gleichzeitig sollen die Reisen weiterhin auf authentische Begegnungen und intensive Erlebnisse setzen. Die ersten Deluxe-Angebote führen nach Madeira,



Europa im Blick: SKR Reisen erweitert sein Angebot für 2027 auf 177 Reisen und mehr als 20 neue Reiseideen.

ins Baltikum und nach Istanbul. Der neue Katalog gilt für das Reisejahr 2027 und geht ab dem 14. September in den Versand. Reisebüros erhalten ihr Exemplar automatisch und müssen es nicht separat bestellen. Sämtliche Reisettermine für 2027 sind bereits über die gängigen Counter-Systeme buchbar. Zusätzlich ist der Katalog kostenlos bei SKR sowie über den INFOX-Bestellservice 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

Heimlicher Trend: „plant based“ und vegan auf Kreuzfahrt

CRUISE TRICKS | Autor Franz Neumeier zeigt, bei welchen Reedereien und Reiseveranstaltern es die besten Angebote für Veganer gibt und warum der Vegan-Trend auch für Nicht-Veganer eine Bereicherung ist. [Mehr](#)



Darf ich mich beim Flug auf freien Plätzen hinlummeln?

WESER KURIER | Einfach mal hinlegen: Je länger der Flug, desto drängender ist dieser Wunsch. Leere Sitzplätze sind dann verlockend – ungefragt sollte man sich dort aber nicht breitmachen. Welche Regeln gelten. [Mehr](#)



Luxus-Boom auf Mallorca: Immer mehr kommen im Privatjet nach Palma

MALLORCA MAGAZIN | Im Juli entfielen 6,5 Prozent der Flugbewegungen am Flughafen Palma auf die Privatluftfahrt – europaweit liegt Son Sant Joan damit auf Platz elf. [Mehr](#)



Kreuzfahrt-Reederei bittet Gäste, keine Quietsche-Enten an Bord zu bringen

WATSON | Eine Reederei geht gegen einen Trend vor, der zunächst harmlos klingt. Als Grund dafür wird unter anderem die Vermeidung von Plastikmüll genannt. [Mehr](#)



Kanada spottet mit Schild und Video über Trumps „Lake America“

FAZ | Im Streit mit US-Präsident Donald Trump über den Namen für einen See an der Grenze zwischen beiden Ländern legt der Regierungschef der kanadischen Provinz Ontario nach. [Mehr](#)



Wer darf noch in die USA einreisen?

DIE ZEIT | Die USA pausieren weltweit die Vergabe von Einwanderungsvisa: Wen das betrifft und wie es weitergeht. Außerdem: Das Fazit der Bundesregierung nach ihrer Kabinettsklausur. [Mehr](#)



Isländer stimmen gegen EU-Beitrittsverhandlungen

SPiegel | Es war ein enges Rennen, doch am Ende waren die Gegner in der Mehrheit: Island wird die EU-Beitrittsverhandlungen nicht wieder aufnehmen. Für Ministerpräsidentin Frostadóttir ist dies eine Niederlage. [Mehr](#)