

# TRVL COUNTER *Digital*

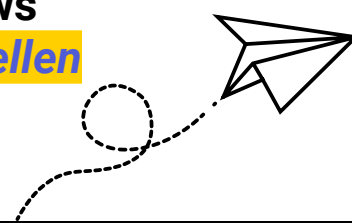
WIR SEHEN REISEN MIT ANDEREN AUGEN

**EILMELDUNG**  
DRSF  
TUI drängt  
auf  
Entlastung

## Unterstützung für den Vertrieb

Der Reisevertrieb bleibt unter Druck: Sowohl Umsatz als auch Neubuchungen liegen weiterhin unter Vorjahr. Jetzt sorgt TUI für Planungssicherheit und verlängert sein bestehendes Provisionsmodell für Reisebüros unverändert bis ins Geschäftsjahr 2026/27.





Jean-Marc Göttert  
 Chefredakteur

## Die Frage nach dem richtigen Maß

Die aktuelle Debatte um den Reisesicherungsfonds bewegt die Branche

**E**igentlich sollte diese Ausgabe bereits früher erscheinen. Doch dann kam die aktuelle Forderung von TUI-Chef Sebastian Ebel nach einem Stopp der DRSF-Entgelte dazwischen – und wir fanden, dass sie in dieser Ausgabe nicht fehlen darf.

Denn die Debatte berührt einen Kernpunkt der Branche: Wie viel Regulierung und finanzielle Belastung sind notwendig, und ab wann bremsen sie Investitionen, Wachstum und Wettbewerbsfähigkeit?

Ebel argumentiert, der Fonds sei inzwischen ausreichend gefüllt, weitere Entgelte würden die Pau-

schalreise unnötig verteuern. Passend dazu steht das Exklusiv-Interview mit VIR-Vorstand Michael Buller. Interessant ist dabei, dass Buller die aktuelle Debatte aus einem anderen Blickwinkel betrachtet. Während viele Diskussionen derzeit um das Urteil im Streit zwischen Dertour und dem DRSF kreisen, hält er Teile der öffentlichen Auseinandersetzung für verkürzt. Gerade deshalb lohnt sich ein genauer Blick auf seine Einordnung.

**Viel Freude bei der Lektüre dieser Ausgabe.**

## Inhalt

### TOP-NEWS

- 04 TUI lässt Provisionsmodell für 2026/2027 unverändert
- 05 ITB macht Transformation zum Leitthema in 2027
- 05 Coral Travel ehrt Top-Partner in Ägypten
- 06 TUI drängt auf Entlastung und fordert DRSF-Gebühren-Stopp
- 12 Türkei als Schlüsselziele für Deutsche

### INTERVIEW DER WOCHE

- 07 Die Rolle des DRSF mit VIR-Vorstand Michael Buller: „Der Skandal der keiner ist“

### KREUZFAHRT

- 14 Nicko Cruises holt Johann Lafer
- 14 Aida bringt Tanzstars und True Crime an Bord
- 15 Silversea macht kulinarisches Know-how zum Teil der Reise
- 16 „Nicht alles, was geht, muss man auch machen“: Interview mit Tim Starke von Thurgau Travel

### CHECK-OUT

- 20 Emirates erweitert Reiseschutz um Konfliktsicherung
- 20 Impressum

# DAS NEUE QUARTERLY JETZT LESEN!

## DIE NEUE SOMMERAUSGABE JUNI 2026 IST DA

Hier gratis  
 herunterladen

PRINTMAGAZIN QUARTERLY SOMMER, JUNI 2026 / [trvlcounter.de](http://trvlcounter.de) / D 15 €

# TRVLCOUNTER

WIR SEHEN REISEN MIT ANDEREN AUGEN

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

## Der Herausforderer

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

**NEW**

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

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



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

# CHECK-IN

## Drei Frauen, ein Schiff, ein Flow

LICHT, MUSIK UND GROSSE EMOTIONEN:  
VOR TRIEST WURDE DIE MEIN SCHIFF  
FLOW FEIERLICH GETAUFT.

Vor der Bucht von Triest wurde die Mein Schiff Flow feierlich in die Flotte von TUI Cruises aufgenommen. Tausende Gäste an Bord erlebten, wie die Champagnerflasche am Bug des Neubaus zerschellte und damit offiziell die Taufe des zweiten Schiffes der neuen InTuition-Klasse vollzogen wurde. Begleitet wurde der Höhepunkt von einer rund 20-minütigen multiszenischen Show, bei der sich das gesamte Schiff – vom Pooldeck über die Agora bis hin zur Brücke – in eine spektakuläre Bühne verwandelte. Lichtinstallationen, Musik, Artistik, Wasser- und Spezialeffekte machten das Taufmotto „Go with the Flow“ für die Gäste unmittelbar erlebbar. Bemerkenswert: Erstmals in der Geschichte von TUI Cruises standen mit Julia, Annabelle und Karin gleich drei Frauen gemeinsam als Taufpatinnen im Mittelpunkt der Zeremonie (siehe Seite 8). Sie repräsentieren die Vielfalt der Mein-Schiff-Gäste und die vielen persönlichen Geschichten, die Reisende mit der Flotte verbinden. Mit der Mein Schiff Flow setzt TUI Cruises die Weiterentwicklung seiner neuen Schiffsgeneration fort. Nach ihrer Taufe startet die Flow zunächst im Mittelmeer, bevor sie im Winter nach Norddeutschland wechselt.

Der Film zur Taufe auf YouTube:

<https://youtu.be/dyfmApiQ6F8>





## Gute Aussichten: TUI lässt Provisionsmodell für 2026/2027 unverändert

TUI schafft frühzeitig Klarheit für das Geschäftsjahr 2026/2027. Das bestehende Provisionsmodell für Reisebüros bleibt unverändert. Reisebüros profitieren damit weiterhin von einer Einstiegsprovision von zehn Prozent, Zusatzvergütungen und einer langfristigen Planungssicherheit.

**T**UI setzt auch im Geschäftsjahr 2026/2027 auf unveränderte Vertriebskonditionen für Reisebüros.

Das bestehende Provisionsmodell, erstmals im vergangenen Jahr eingeführt, wird ohne Anpassungen fortgeführt. Reisebüros erhalten damit frühzeitig Planungssicherheit und können weiterhin von den bestehenden Verdienstmöglichkeiten profitieren.

### **Zehn Prozent Einstiegsprovision**

Zu den Eckpunkten des Modells zählen weiterhin eine Einstiegsprovision von zehn Prozent ab einem TUI-Gesamtumsatz von 80.000 Euro sowie zusätzliche Verdienstmöglichkeiten über das Programm TUI Extra Stars mit bis zu zwei Prozent Zusatzprovision.

Auch Stornogebühren werden weiterhin auf den TUI-Gesamtumsatz angerechnet. „Die neue verbesserte ‚Einfachheit‘ des Modells 2025/2026 wurde von vielen Reisebüros sehr wertgeschätzt“, bilanziert Vertriebsdirektorin Ilka Lauenroth. „Unter dem Motto ‚Mit Sicherheit verlässlich‘ führen wir unser bewährtes Erfolgsmodell fort.“

### **Planungssicherheit geht vor**

Lauenroth betont überdies die Bedeutung des stationären Vertriebs für Deutschlands größten Reisekonzern: „Unser Ziel ist ein starker und moderner Vertrieb. Mit der Verlängerung unseres bewährten Provisionsmodells möchten wir Leistung nachhaltig honorieren. Unser Provisionsmodell schafft dafür die besten Voraussetzungen: fair, transparent und mit echten Chancen auf mehr Ertrag.“

Weiter erklärt sie: „Ein bewusst einfaches, faires und leistungsorientiertes Modell: Es macht nachhaltigen Verkaufserfolg sichtbar und spürbar – und schafft gleichzeitig die Kontinuität und Verlässlichkeit, die eine starke Partnerschaft zwischen TUI und dem stationären Vertrieb ausmacht.“

## Unterstützung für den Vertrieb

Neben den Provisionsregelungen setzt TUI weiterhin auf verschiedene Unterstützungsangebote für Reisebüros. Dazu gehören Außendienstbetreuung, Seminarreisen, Schulungen, Veranstaltungen, digitaler und persönlicher Support, Krisenkommunikation sowie das Kundenbindungsprogramm myTUI.

## Ausbau des Reiseangebots

Für den Sommer 2026 erweitert TUI das Angebot in mehreren Bereichen. Der Veranstalter baut die Auswahl an Familienhotels aus und ergänzt das [Portfolio für Alleinreisende](#). Zudem



TUI verlängert das bestehende Provisionsmodell für Reisebüros. Vertriebsdirektorin Ilka Lauenroth spricht von einem verlässlichen Erfolgsmodell.

Foto: TUI

können Kunden mit TUI Tours individuelle Rundreisen in 114 Reisezielen zusammenstellen.

Auch bei den Eigenhotelmarken wächst das Angebot weiter. Neue Häuser entstehen unter den Marken TUI Blue, Riu, TUI Kids Club, TUI Suneo und TUI Time To Smile.

## Zusätzliche Vorteile für Franchise-Partner

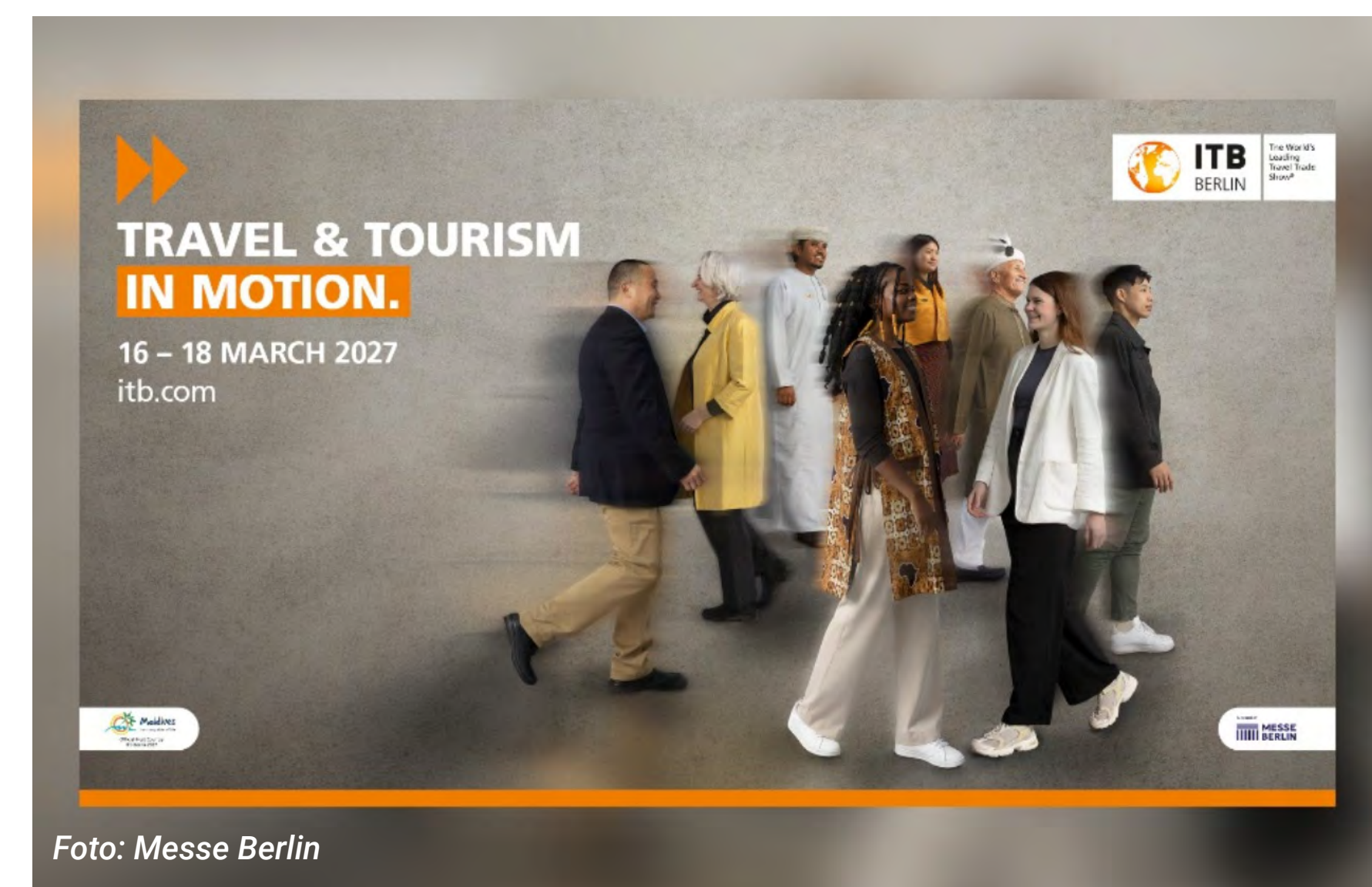
TUI-Franchise-Partner erhalten darüber hinaus zusätzliche Vergütungsmöglichkeiten. Dazu gehören eine Leistungsprovision, ein Sortimentsanteils-Incentive sowie weitere Provisionsvorteile für Omnichannel-Partner.

Kürzlich hat TUI den Reisesommer 2027 zur Buchung freigegeben ([hier lesen](#)). 

## Eurowings verdoppelt Winterkapazitäten auf Mallorca

Eurowings und die Balearen-Regierung wollen Mallorca künftig stärker als Ganzjahresdestination etablieren. Darauf verständigten sich Balearen-Präsidentin Marga Prohens und Eurowings-Chef Max Kownatzki bei einem Treffen in Palma. Ziel ist es, die touristische Nachfrage stärker über das gesamte Jahr zu verteilen, die Abhängigkeit von den Sommermonaten zu reduzieren und zusätzliche Arbeitsplätze auf der Insel zu schaffen.

Ein wichtiger Baustein ist der Ausbau des Winterflugprogramms. Erstmals wird Eurowings im Winter 2026/27 sechs Flugzeuge dauerhaft auf Mallorca stationieren. Damit verdoppelt die Lufthansa-Tochter ihre Winterpräsenz gegenüber dem Stand vor zwei Jahren. Die zusätzlichen Kapazitäten sollen dazu beitragen, Mallorca auch in den Herbst- und Wintermonaten besser erreichbar zu machen und neue Zielgruppen für die Insel zu gewinnen. Darüber hinaus prüft Eurowings die Einrichtung eines eigenen Technikstandorts in Palma. Ein solcher Wartungsbetrieb würde nicht nur die Betreuung der wachsenden Flotte erleichtern, sondern auch neue ganzjährige Arbeitsplätze schaffen.



## ITB macht Transformation zum Leitthema in 2027

**ITB BERLINE** Mit der neuen Kampagne „Travel & Tourism in Motion“ richtet die ITB Berlin den Blick auf die tiefgreifenden Veränderungen, die den globalen Tourismus derzeit prägen. Für die Ausgabe 2027, die vom 16. bis 18. März in Berlin stattfindet, rücken Themen wie veränderte Reisegewohnheiten, innovative Mobilitätskonzepte, Digitalisierung sowie wirtschaftliche und gesellschaftliche Transformationsprozesse in den Mit-

telpunkt. „Tourismus ist weit mehr als das Reisen selbst. Er ist ein Motor für wirtschaftliche Entwicklung, Innovation und internationale Vernetzung“, betont ITB-Direktorin Deborah Rothe. Die Branche befinde sich in einem kontinuierlichen Wandel, den die weltweit führende Tourismusmesse sichtbar machen und aktiv begleiten wolle. Parallel zum Kampagnenstart hat die ITB die Anmeldung für Aussteller geöffnet.

## Coral Travel ehrt Top-Partner in Ägypten

**STARWAY AWARD** CDer Düsseldorfer Reiseveranstalter Coral Travel öffnet seine Starway Tourism Awards 2026 erstmals für einen deutlich größeren Teilnehmerkreis. Neben den traditionell ausgezeichneten Top-150-Reisebüros erhalten künftig auch weitere Vertriebspartner die Möglichkeit, an dem renommierten Branchenevent teilzunehmen. Die Veranstaltung findet vom 20. bis 24. November 2026 im Rixos Radamis Sharm El Sheikh am Roten Meer statt.

Mit der Öffnung des Formats will der Düsseldorfer Veranstalter die enge Bindung zum stationären Vertrieb weiter stärken. Im Mittelpunkt stehen Networking, persönlicher Austausch, gemeinsame Erlebnisse sowie die festliche Award-Gala, bei der die erfolgreichsten Vertriebspartner ausgezeichnet werden. „Die Starway Awards stehen für Wertschätzung, Partnerschaft und gemeinsame Erfolge“, betont Coral-Travel-Geschäftsführer Koray Çavdir. Man freue sich daher, dieses besondere Erlebnis erstmals einem erweiterten Kreis von Reisebüros zugänglich zu machen. Ziel sei es, zusätzliche Möglichkeiten für Inspiration, Vernetzung und persönliche Begegnungen innerhalb der Vertriebspartnerfamilie zu schaffen. Interessierte Reisebüros können sich [ab sofort für die Teilnahme anmelden](#).



TUI-CEO Sebastian Ebel erhöht den Druck und fordert einen sofortigen Stopp der DRSF-Entgelte sowie eine grundlegende Reform des Sicherungssystems.

Foto: TUI Group

# TUI drängt auf Entlastung und fordert DRSF-Gebühren-Stopp

Nach dem Dertour-Urteil erhöht TUI den Druck auf Politik und Fondsverantwortliche. Der Konzern fordert ein vollständiges Aus der Entgelte beim DRSF.

Der „Pott“, so das Argument aus Hannover, sei voll genug. Weiter verlangt der Branchenprimus, die eingenommenen Mittel sinnvoll einzusetzen, statt zu horten.

Deutschlands größter Reisekonzern erhöht den Druck auf die Politik und fordert eine sofortige Entlastung der Reiseveranstalter beim Deutschen Reisesicherungsfonds

(DRSF). Der Konzern verlangt, die Gebühren zum 1. Juli auf null zu setzen, die geforderten Sicherheiten zu senken und die Anlagestrategie des Fonds grundlegend zu überarbeiten.

## Ausbleibende Reformen

Bereits im Dezember hätten die Spitzen der deutschen Reiseveranstalter ihre Erwartungen an eine Reform des Fonds gegenüber dem Bundesjustizministe-

rium deutlich gemacht. Seitdem sei jedoch nichts Wesentliches geschehen. „Senken Sie die Kosten für den Urlaub der Deutschen. Es kostet Sie nicht einen Cent Steuergeld“, fordert TUI

von der Bundesregierung. Aus Sicht des Konzerns verteuert der Staat die Pauschalreise unnötig. Dies beginne bei Gebühren im Luftverkehr und setze sich bei den Kosten für die Reisesicherung fort.

Dabei sei inzwischen ausreichend Kapital vorhanden. Nach Angaben von TUI haben deutsche Reiseveranstalter mittlerweile rund eine Milliarde Euro in den Fonds eingezahlt.

## „Ausreichend Geld für alle denkbaren Risiken“

Der Branchenprimus sieht deshalb keinen Grund mehr für die aktuelle Belastung der Branche. „Es ist ausreichend Geld für alle denkbaren Risiken hinterlegt“, heißt es in der Stellungnahme.

Der Fonds war nach der Insolvenz von Thomas Cook im Jahr 2019 eingeführt worden, um Pauschalreisende besser gegen Veranstalterinsolvenzen abzusichern. TUI stellt das Grundprinzip nicht infrage, kritisiert jedoch die heutige Ausgestaltung.

## TUI bemängelt Kapitalbindung

Aus Sicht des Konzerns bindet der Fonds erhebliche Mittel, die den Unternehmen für Investitionen und Innovationen fehlen. Gleichzeitig werde das eingezahlte Kapital nicht ausreichend genutzt. „Bei anhaltender Inflation verliert das Geld der Unternehmen real an Wert“, so das Argument. Der Fonds lege die Mittel „unter Aufsicht des Staates unter die Matratze“ und ver-

hindere damit, dass das Geld produktiv eingesetzt werde und Wachstum generiere.

## Kritik an der Aufsicht

TUI findet die Absicherung gut und richtig, aber die Umsetzung unter Aufsicht der Bundesjustizministerin funktioniere nicht. Der Vorwurf: Der DRSF sei in seiner heutigen Form „ein politisch gemachter Kostentreiber für Urlaub“. Die Branche brauche einen Sicherungsmechanismus, der Verbraucher schütze, ohne gleichzeitig Reisen zu verteuern und Kapital in den Unternehmen zu binden. TUI fordert deshalb, die Gebühren des Fonds umgehend auf null zu reduzieren, die Sicherheitsleistungen der Veranstalter zu senken und die vorhandenen Mittel anzulegen.

## Dertour-Urteil erhöht den Druck

Die Forderungen von TUI fallen wenige Tage nach einem wichtigen Urteil im Streit um den DRSF. Das Berliner Kammergericht hatte die Klage der Dertour Group auf Rückzahlung von rund 1,27 Millionen Euro abgewiesen und damit ein Urteil der Vorinstanz aufgehoben. Die Diskussion über Finanzierung, Aufsicht und Belastungen für die Reiseveranstalter beschäftigt die Branche intensiv. VIR-Vorstand Michael Buller hatte im Gespräch mit TRVL COUNTER (Seite 7) zuletzt die Kritik am Fonds zurückgewiesen und den DRSF als bewährtes Sicherungssystem verteidigt.

## „Der Skandal, der keiner ist“

Das Urteil des Kammergerichts Berlin im Streit zwischen Dertour und dem Deutschen Reisesicherungsfonds sorgt weiterhin für Diskussionen in der Branche. Während VUSR-Chefin Marija Linnhoff von einem Systemversagen spricht, hält VIR-Vorstand Michael Buller die Kritik für überzogen. Im Gespräch mit TRVL COUNTER verteidigt er die Konstruktion des Fonds, weist zentrale Vorwürfe zurück und erinnert daran, unter welchen Bedingungen der DRSF überhaupt entstanden ist.

Text | Jean-Marc Göttert

**W**er Michael Buller zuhört, merkt schnell: Das Thema bewegt ihn. Nicht nur fachlich, sondern auch persönlich. Zu oft, so sein Eindruck, werde über den DRSF diskutiert, ohne die Entstehungsgeschichte des Fonds wirklich zu kennen. „Manche erzählen Teilgeschichten. Man macht ein Teilbild und erklärt dann die ganze Welt. Man muss aber das ganze Bild kennen“, fordert der VIR-Vorstand.

Tatsächlich beginnt die Geschichte nicht mit dem aktuellen Gerichtsverfahren, sondern mit dem Start des DRSF am 1. November 2021. Damals stand die Reisebranche noch unter den Folgen der Corona-Pandemie. Viele Veranstalter verfügten über bestehende Bürgschaften ihrer bisherigen Absicherer, konnten diese aber nicht freibekommen, solange noch Altbuchungen bei diesen abgesichert wurden. Gleichzeitig verlangte das neue System ebenfalls eine Sicherheitshinterlegung.

Für zahlreiche Unternehmen wäre das kaum zu stemmen gewesen, so Buller. „Die meisten hätten in Corona-Zeiten überhaupt keine zweite Bürgschaft hinbekommen“, erinnert er sich. Die Lösung bestand damals darin, dass der DRSF bereits für alle Reisen nach dem Stichtag haftete und die alten Sicherheiten dadurch freigegeben werden konnten. Aus Bullers Sicht war das keine zusätzliche Belastung, sondern die Rettung eines großen Teils des Veranstaltermarktes. „Wir haben die Veranstalter mit dieser Lösung damals gerettet.“

Genau aus dieser Übergangsregelung entstand jedoch der heutige Streit. Veranstalter wie Dertour argumentieren, dass sie für bestimmte Reisen faktisch doppelt gezahlt haben – einmal an die bisherigen Absicherer und zusätzlich an den DRSF. Das Landgericht Berlin II folgte dieser Sichtweise zunächst teilweise und sprach Dertour Rückzahlungen zu. Das

### Zur Person

Michael Buller ist seit über 15 Jahren Vorstand des VIR (Verband Internet Reisevertrieb e.V.). Der Verband repräsentiert über 90 digitale Touristikunternehmen aus den Bereichen OTA, Veranstalter, Technologieanbieter und Start-ups. Buller gilt als einer der wichtigsten digitalen Vordenker der Branche.

„Der Fonds funktioniert“, sagt Michael Buller. Der VIR-Vorstand warnt davor, aus dem Berliner Urteil vorschnelle Schlüsse über die Zukunft des DRSF zu ziehen.



Kammergericht Berlin kassierte diese Entscheidung später wieder.

Für Buller ist bemerkenswert, dass beide Seiten aus seiner Sicht gar nicht anders handeln können. „Natürlich muss ein Vorstand sagen: Wir haben zweimal bezahlt, von irgendjemandem wollen wir das Geld zurück“, sagt er. Ebenso nachvollziehbar sei aber die Position des Fonds. Dieser könne nicht einfach Millionenbeträge auszahlen, solange die Rechtslage nicht abschließend geklärt sei. „Wenn sich später herausstellt, dass kein Anspruch bestand, wäre das eine Veruntreuung des Fondsvermögens“, argumentiert

## »Besonders Befremdlich sind Forderungen, Verbände müssten vertrauliche Informationen weitergeben oder in laufende Verfahren eingreifen.«

Buller. Deshalb brauche es den Rechtsweg. „Dafür sind Gerichte eigentlich da: für Rechtsprechung und Rechtsklärung.“

An diesem Punkt trennt sich die Sichtweise von Buller und jener seiner Kritiker. Besonders scharf reagiert er auf die Forderung, der DRV oder andere Gesellschafter des Fonds müssten



Michael Buller: „Wir sollten über die Höhe der Entgelte sprechen – nicht über die Existenz des Fonds.“

stärker zugunsten der Veranstalter eingreifen. „Wo kämen wir denn dahin, wenn der DRV in Verfahren eingreift und sie zugunsten seiner Mitglieder beeinflusst? Das finde ich ehrlich gesagt als Forderung im Markt echt skandalös“, sagt Buller.

Aus seiner Sicht würde genau dies die Neutralität des Fonds gefährden und das Vertrauen in das System beschädigen.

Auch die Kritik an der Aufsicht des Fonds durch das Bundesjustizministerium sieht er differenzierter. VUSR-Vorsitzende Maria Linnhoff fordert bekanntlich, die Kontrolle künftig bei der BaFin anzusiedeln. Buller erinnert jedoch daran, dass der

DRSF nie als klassisches Finanzprodukt konzipiert wurde. „Das war nie nur eine Bank oder ein Finanzkonstrukt. Es ging darum, einen kompletten Markt zu stabilisieren“, sagt er. Deshalb sei das Konstrukt deutlich komplexer als eine reine Finanzaufsicht. Gleichwohl könne man über zukünftige Anpassungen immer diskutieren.

Besonders emotional wird Buller, wenn er über die öffentliche Wahrnehmung des Fonds spricht. Aus seiner Sicht gerät völlig in den Hintergrund, welche Leistung der Aufbau des DRSF in kürzester Zeit für die Branche bedeutete. „Wir haben dafür gesorgt, dass die Branche ein

günstiges Absicherungssystem bekommen hat. Und dass sie am 1.11. überhaupt noch ein Produkt hatten“, sagt er. Auch ist der Fonds ein funktionierendes und mittlerweile günstiges Absicherungs-System für die Deutsche Reisebranche.

Der Aufbau eines komplett neuen Sicherungssystems innerhalb weniger Monate sei ein Kraftakt gewesen. „Eine Bank und einen Versicherer innerhalb von sechs Monaten hochzuziehen und einsatzfähig zu machen, das ist ein Husarenstück.“

Dabei spart Buller auch nicht mit Kritik an Teilen der Branche. Immer wieder werde der Fonds skandalisiert, obwohl viele Kriti-

ker die rechtlichen Hintergründe gar nicht kennen würden, sie ignorieren oder gar zum Rechtsbruch auffordern.

Besonders Befremdlich findet er Forderungen wie, Verbände müssten vertrauliche Informationen weitergeben oder in laufende Verfahren eingreifen. „Wir müssen uns immer wieder rechtfertigen, dass wir etwas getan haben“, sagt er. „Beschimpft nicht die Mutigen, die was machen sondern die, die damals nichts gemacht haben.“

Interessant ist dabei, dass auch der DRV keineswegs vollständig auf der Seite des Kammergerichts steht. Der Verband erklärte nach dem Urteil ausdrücklich, dass die Argumentation zur Doppelbelastung aus seiner Sicht weiterhin nicht ausreichend berücksichtigt worden sei. Gleichzeitig respektiert der DRV die Rechtsprechung und setzt sich weiterhin für niedrigere Entgelte sowie eine finanzielle Entlastung der Veranstalter ein.

Zumindest in einem Punkt herrscht zwischen DRV und Buller weitgehend Einigkeit: Die Branche soll weiter entlastet werden. Was aber untergeht in der Diskussion ist, dass der DRSF sein ursprüngliches Zielkapital deutlich schneller erreicht, habe als erwartet, das heißt, die Gelder, um die es geht sind in das Fondsvermögen geflossen und haben dazu geführt dass man die Beiträge schon früher senken hat konnte.

Genau darin liegt vielleicht die eigentliche Erkenntnis dieser Debatte: In der Sache sind die Unterschiede oft kleiner als die öffentliche Auseinandersetzung vermuten lässt.

Kaum jemand stellt den Wunsch nach einer Entlastung der Veranstalter infrage.

## Das Vermögen des Fonds ist dazu da, Insolvenzen abzusichern und Reisende zu schützen.

Der Streit entzündet sich vielmehr an der Frage, wie ein Sicherungssystem organisiert sein muss, das zugleich Verbraucher schützt, wirtschaftlich tragfähig bleibt und rechtssicher funktioniert.

Der DRSF hat bei der Insolvenz von FTI bewiesen, dass das Grundprinzip funktioniert. Die aktuelle Diskussion zeigt jedoch, dass mit wachsender Reife des Fonds neue Fragen entstehen – über Aufsicht, Einfluss, Finanzierung und die Balance zwischen Brancheninteressen und Neutralität.

Für Michael Buller ist die Bewertung dennoch eindeutig. Die aktuelle Debatte werde emotionaler geführt, als es die Fakten rechtfertigten. Sein Urteil fällt entsprechend klar aus: Der DRSF-Streit sei vor allem eines – „ein Skandal, der keiner ist“. ⚓



**Mein Schiff Flow:** Auch das zweite Schiff der Intuition-Klasse wurde auf der Fincantieri-Werft in Monfalcone bei Triest gebaut.

**Brückenbesuch:** Der finnische Kapitän Jan Gustaf Rautawaara (4.v.l.) führte die Mediengruppe über die hochmoderne Brücke der Mein Schiff Flow und berichtete über Besonderheiten beim Navigieren eines Schiffs mit den Ausmaßen der Mein Schiff Flow (333 Meter lang, 42,1 Meter breit).



Foto: Iris Quirin für TRVL Counter

# Flow-Gefühl auf Jungfernfahrt

Für TRVL Counter war Reporterin Iris Quirin auf der Premierenreise dabei. Als die Mein Schiff Flow am 15. Juni 2026 erstmals offiziell in See stach, gehörte sie zu den Gästen an Bord. Die dreitägige Reise führte von Triest entlang der kroatischen Küste durch die Adria und wieder zurück. Ihr Bericht der ersten Stunden des neuen Schiffes der Intuition-Klasse.

Text Iris Quirin

**K**reuzfahrten sind weit mehr, als Reisen übers Meer und mehrere Häfen anlaufen. Kreuzfahrten sind die wohl emotionalste Form einer Reise: Es entstehen Freundschaften an Bord, ein enger Zusammenhalt in einer Gemeinschaft mit den gleichen Interessen.

Man trifft sich wieder und verabredet sich sogar gezielt zu gemeinsamen Kreuzfahrten. Diese emotionale Komponente lässt die Branche weltweit stark wachsen. Wybcke Meier, CEO von TUI Cruises, untermauerte auf der Pressekonzferenz auf der Mein Schiff Flow, nach der Relax dem zweiten Schiff der Intuition-Klasse, in Triest das Wachstum der Kreuzfahrtbranche mit konkreten Zahlen: 2025 unternahmen weltweit rund 38,3 Millionen Passagiere eine Kreuzfahrt – im Jahr 2000 waren es gerade einmal 7,6 Millionen. Hierzulande hat bereits mehr als jeder Vierte (28 Prozent) eine Kreuzfahrt unternommen,

weitere 22 Prozent sind interessiert. TUI Cruises ist mit Mein Schiff und Hapag-Lloyd Cruises Nummer zwei im DACH-Markt.

## „Europäische Insel“

Die Intuition-Klasse wurde mit dem Leitbild einer „europäischen Insel“ entwickelt – vielfältig, mit Rückzugsorten, Kulinarik, Kultur und viel Außenfläche für knapp 4.000 Passagiere. Was die Zielgruppe betrifft, so spricht TUI mit seiner Mein Schiff-Flotte die Mitte der Gesellschaft an – 85 Prozent der Gäste kommen aus Deutschland. Die neue Intuition-Klasse, die mit der Mein Schiff Relax startete, zieht aber auch jüngeres Publikum an. Beliebteste Fahrtgebiete: Nordeuropa (30 Prozent), das Mittelmeer (22 Prozent) und die Karibik im Winter. Die Destination bleibt im deutschsprachigen Raum das wichtigste Buchungskriterium.

Anders als bei der Relax wird der großzügige Shopping-Bereich vom



**Mein Schiff Flow:** Auch das zweite Schiff der Intuition-Klasse wurde auf der Fincantieri-Werft in Monfalcone bei Triest gebaut.

**Pressegespräch:**  
Wybcke Meier, CEO von TUI-Cruises, und Clas Eckholt, Vice President Commercial, informierten die Medienvertreter über die Erfahrungen der neuen Intuition-Plattform und über die Neuerungen auf der Flow.

Partner Gebr. Heinemann betrieben. Mit Finni hat die Reederei für die Flow eine eigene Kids-Club-Figur entwickelt. Ihr Name leitet sich von den Flossen (Finnen) ab.

Zu den Neuheiten zählt auch das Thema Singapur in Tim Raues multimedialem Restaurant Fugu. Dort werden japanische Köstlichkeiten in Fünf-Gänge-Menüs mit dazu passenden Weinen serviert.

Die ersten Learnings aus der Relax vom Feedback der Gäste konnten bei der Flow schon teilweise umgesetzt werden. So wünschten sich die Gäste an Deck mehr Schattenplätze, was mit mehr Sonnenschirmen schnell gelöst werden konnte. Der Kundenzufrieden-

heitswert (NPS) liegt zwischen 88 und 92 Prozent.

Mit der Plattform der Intuition-Klasse habe TUI Cruises den Geschmack seiner Gäste getroffen und könne immer maßgeschneidert auf die jeweilige Zielgruppe, die an Bord ist, reagieren und die Konzepte aussteuern, sagte Meier. Zur Kundenzufriedenheit trage auch die Besatzung bei, die das, was TUI sich ausdenkt, „mit einer Herzlichkeit rüberbringt, die wirklich einzigartig ist“, so Meier.

Die Erfolgsgeschichte soll 2031 mit zwei weiteren Schiffen der Intuition-Klasse fortgeschrieben werden, die Verträge wurden im vergangenen Jahr unterzeichnet.

**Nachhaltiger unterwegs**

Sowohl die Mein Schiff Flow als auch die Relax werden ab dem Sommer mit Bio-LNG unterwegs sein. Die Mein Schiff Flow wird in ihrem Fahrtgebiet Mittelmeer in Barcelona betankt. Das Schwesterschiff, die Mein Schiff Relax, wird ihre Sommersaison in Nordeuropa durchgängig mit Bio-LNG absolvieren und in Rotterdam von Shell betankt. Beide Schiffe können perspektivisch auch mit E-LNG fahren. Außerdem ist die Mein Schiff Flow mit verbesserten Katalysatoren (Stickoxidminderung auf Euro-6 Norm im Hafenbetrieb) sowie einem Landstromanschluss ausgestattet. Dieser sichert einen fast

emissionsfreien Schiffsbetrieb während der Hafenliegezeit (etwa 40 Prozent der Betriebszeit), wenn Strom aus erneuerbaren Energiequellen genutzt wird.

**Reisebüros als Fundament**

Clas Eckholt, Vice President Commercial, hob die besondere Rolle der gut geschulten Reisebüromitarbeiterinnen und -mitarbeiter bei der Vermarktung des emotionalen und beratungsintensiven Produkts Kreuzfahrt hervor. In den letzten Tagen konnten über 1.500 Reisebüro-Partner die neue Flow kennenlernen und eigene Erfahrungen sammeln, um ihre Kunden besser zu beraten.

Digitale Kanäle würden in der Frühphase der Buchung zwar sehr nützlich für die Gäste sein und

Künstliche Intelligenz (KI) sei hilfreich, besser auf ihre Bedürfnisse Gäste einzugehen.

Wenn es aber um die Buchung gehe, mache der Mensch mit seiner Expertise den Unterschied bei der Beratung, so Eckholt. Denn am Ende wollten die Gäste bei der Buchung ihrer Kreuzfahrt in ein freundliches Gesicht schauen.

Die neue Mein Schiff Flow wurde am Samstagabend in Triest erstmals in der Geschichte von TUI Cruises von gleich drei Taufpatinnen getauft. Karin, Anabelle und Julia (siehe Seite 11) hatten sich in einem von TUI Cruises initiierten Auswahlverfahren unter 900 Bewerberinnen durchgesetzt und wurden von mehr als 15.000 Stimmen aus der Community gemeinsam gewählt.



Die sympathischen Taufpatinnen: Anabelle, Karin und Julia (v.l.n.r.), drei Tage vor ihrem großen Einsatz auf der Mein Schiff Flow in Triest. Foto: Iris Quirin für TRVL Counter

## Drei Damen im Flow

Am Samstag, den 20. Juni, wird die Mein Schiff Flow in Triest erstmals in der Geschichte von TUI Cruises von gleich drei Taufpatinnen getauft.

**K**arin, Anabelle und Julia hatten sich in einem von TUI Cruises initiierten Auswahlverfahren unter 900 Bewerberinnen durchgesetzt und wurden von mehr als 15.000 Stimmen aus der Community gemeinsam gewählt.

Unter ihnen hat sich inzwischen eine schöne Freundschaft entwickelt, und sie freuen sich, dass sie dieses wohl einmalige Erlebnis zu dritt genießen dürfen, sagen sie drei Tage vor der Taufe beim Treffen mit Medienvertretern auf der Mein Schiff Flow in Triest. Eingekleidet für

dieses besondere Event werden Taufpatinnen vom Designer Guido Maria Kretschmer.

Die Taufpatinnen verbindet eine besondere Beziehung zur Kreuzfahrt und der Mein-Schiff-Flotte: Karin bekam von ihrem Mann zu ihrem 50. Geburtstag ihre erste Kreuzfahrt geschenkt. Inzwischen hat die 67-Jährige 60 Kreuzfahrten unternommen.

Anabel (35) hat sich zum Abschluss ihres Studiums 2016 selbst mit einer Schiffsreise belohnt, mittlerweile sind es über 40. Auf der Mein Schiff 4, die zur Taufe in Triest auch dabei ist,

hat sie ihren Lebensgefährten kennengelernt.

Julia (20) überredete mit ihrem ebenfalls schiffsbegeisterten Bruder Max ihre Eltern, auf einem Schiff nach New York zu reisen, da beide unter Flugangst leiden. Inzwischen hat sie bereits fünf Fahrten auf hoher See unternommen und freut sich schon auf ihre nächsten Kreuzfahrten. Die sechste steht schon fest: die Taufreise von Triest nach Palma de Mallorca durchs Mittelmeer. Ab Palma starten die Sommer-Kreuzfahrten der Mein Schiff Flow. ⚓

### ZITAT DER WOCHE

*„Der Staat ist ein echter Kostentreiber für die Urlauber, insbesondere für die sichere Pauschalreise. Das beginnt bei all den Gebühren bei Flugreisen, die deutlich höher sind als im europäischen Ausland, und endet bei den Gebühren für die Reisesicherung.“*

Allgemeines Statement der TUI vom 21. Juni 2026 ohne Namenskennzeichnung.



Foto: Arosa

## Neue Führung in Chur

**AROSA** Die Reederei hat Renata Hug-Suter zur neuen Geschäftsführerin ernannt. Seit dem 15. Juni bildet sie gemeinsam mit CEO Rolf-Dieter Maltzahn und CFO Andrej Vizjak die operative Leitung am Standort Chur. Ihr Vorgänger Markus Zoepke bleibt dem Unternehmen als Berater erhalten und begleitet den Wissenstransfer. Hug-Suter verfügt über mehr als 15 Jahre Erfahrung in der Kreuzfahrt- und Dienstleistungsbranche. Zuletzt war sie Ge-

schäftsführerin und Personalchefin der Rivertech Group, zuvor in verschiedenen Führungsfunktionen bei Sea Chefs tätig. Bei Arosa soll sie insbesondere die Bereiche Finanzen, Organisation und Personal weiterentwickeln. Mit dem Wechsel endet die operative Verantwortung von Markus Zoepke nach mehr als 24 Jahren bei Arosa. Er prägte maßgeblich den Ausbau der Flotte, die Entwicklung neuer Produkte und das Wachstum des Unternehmens.

## Neuer Vorstand

**FORUM ANDERS REISEN** Der Verband hat auf seiner Mitgliederversammlung einen neuen Vorstand gewählt und zugleich ein starkes Geschäftsjahr bilanziert. Die rund 140 Mitgliedsunternehmen steigerten ihren Umsatz 2025 um 17,85 Prozent gegenüber dem Vorjahr und liegen damit rund 24 Prozent über dem Niveau von 2019. Neuer Vorsitzender ist Harald Kother (IBK Kulturtours). Karen Wittel (Atambo Tours) wurde als stellvertretende Vorsitzende bestätigt, Carl Grubert (Sailwithus) übernimmt das Amt des Schatzmeisters. Neu im Vorstand sind Laura Kutter (Tour de Sens) und Andreas Ochse (AER).



Foto: AR



Foto: iStock

## DZT sieht Deutschland auf Kurs für einen starken Sommer

Trotz geopolitischer Krisen und wirtschaftlicher Unsicherheiten bleibt Deutschland als Reiseziel international gefragt.

Nach vorläufigen Angaben des Statistischen Bundesamtes lagen die Übernachtungen ausländischer Gäste im April 2026 um 0,6 Prozent über dem Vorjahreswert. Der Inlandstourismus entwickelte sich im gleichen Zeitraum dagegen rückläufig.

Auch für die kommenden Monate sendet der Markt positive Signale. Eine aktuelle Umfrage der European Travel Commission zeigt, dass die Reiseabsichten innerhalb Europas nach Ausbruch des Iran-Krieges sogar um acht Prozent gestiegen sind. Gleichzeitig wächst laut einer Studie von Appinio im Auftrag der Deutschen Zentrale für Tourismus (DZT) das Interesse an Deutschland-Reisen insbesondere in den wichtigen Nachbarmärkten Niederlande und Belgien. Optimistisch zeigen sich auch internationale Reiseveranstalter. Im Travel Industry Expert Panel der DZT rech-

nen 53 Prozent der befragten Key Accounts mit einer leicht oder deutlich steigenden Geschäftsentwicklung in den kommenden sechs Monaten. Weitere 41 Prozent erwarten ein stabiles Geschäftsvolumen.

DZT-Vorstandsvorsitzende Petra Hedorfer sieht darin einen Beleg für die Widerstandsfähigkeit des deutschen Incoming-Tourismus. Zwar hätten die aktuellen Krisen die Fragilität des globalen Reisesystems deutlich gemacht, gleichzeitig zeige sich aber auch eine hohe Resilienz der Nachfrage.

Reisende würden derzeit sicherheitsorientierter, kurzfristiger und stärker auf nahegelegene Destinationen fokussieren. Deutschland könne von diesem Trend profitieren – als sicheres, serviceorientiertes Qualitätsreiseziel im Herzen Europas mit einem attraktiven Preis-Leistungs-Verhältnis.



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



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

## Flexibilität wird zum Buchungsargument

Laut einer aktuellen Rewe-Umfrage entscheidet sich bereits jeder sechste Reisende bewusst für Tarife mit kostenfreien Umbuchungs- oder Stornierungsmöglichkeiten.

**I**mmer mehr Reisende legen bei der Urlaubsplanung Wert auf flexible Buchungs- und Stornierungsmöglichkeiten. Das zeigt eine repräsentative Umfrage der Rewe Group. Demnach wählen 17 Prozent der Befragten gezielt Tarife mit kostenloser Stornierungs- oder Umbuchungsoption.

„Wir sehen, dass der Wunsch nach einer Urlaubsreise bei den Menschen aktuell sehr groß ist und sie gleichzeitig viel Wert auf Flexibilität und Absicherung legen. Dafür haben wir unsere Flexpakete und die Sicherheit der Pauschalreise“, sagt Dertour-Produktchef Sven Schikarsky.

Die Veranstaltermarken Dertour, ITS und Meiers Weltreisen bieten dafür zubuchbare Flexpakete an. Mit diesen können Kunden Pauschalreisen, Hotels und Einzelleistungen bis 15 Tage vor

Reisebeginn kostenfrei umbuchen oder stornieren. „Unsere Flex-Optionen geben unseren Gästen zusätzliche Planungssicherheit, falls sich Reisepläne kurzfristig ändern. So lässt sich die Vorfreude auf den Urlaub mit der Sicherheit verbinden, flexibel auf unvorhergesehene Entwicklungen reagieren zu können“, so Schikarsky.

Neben der Flexibilität spielt für viele Reisende auch die Kostenkontrolle eine wichtige Rolle. Bei einer gebuchten Pauschalreise werden nachträgliche Mehrkosten, etwa durch steigende Flugkosten, nach Angaben von Dertour nicht an die Kunden weitergegeben. Dies soll zusätzliche Preis- und Planungssicherheit schaffen.

Die Ergebnisse stammen aus dem Stimmungstracker der Rewe Group.

# Die WM 2026 wird zur Reise

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

**JETZT LESEN** →

|                |            |                                                        |                |
|----------------|------------|--------------------------------------------------------|----------------|
| <b>Spezial</b> | APRIL 2026 | <b>CURACAO</b> Die karibische Außenseiter-Story der WM | trvlcounter.de |
|----------------|------------|--------------------------------------------------------|----------------|

## TRVL COUNTER

SPEZIAL ZUR WELTMEISTERSCHAFT 2026

## Die WM 2026 wird zur Reise

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

## Stimmung am Counter – freier Fall im Keller gestoppt

Nach monatelangen Rückgängen zeigt der touristische Vertriebsklima-Index im Juni eine leichte Erholung. Von einer echten Trendwende kann jedoch keine Rede sein: Die Stimmung im Reisevertrieb bleibt auf einem Niveau, das zuletzt während der Corona-Krise erreicht wurde.

Der touristische Vertriebsklima-Index steigt im Juni von 74 auf 75,5 Punkte. Sowohl die Bewertung der aktuellen Geschäftslage als auch die Erwartungen für die kommenden Monate haben sich leicht verbessert.

Die Lage im Reisevertrieb bleibt dennoch schwierig. Mehr als die Hälfte der Reisebüros bewertet ihre aktuelle Situation weiterhin negativ. Auch bei den Verkaufszahlen dominieren Rückgänge: 77 Prozent der befragten Reisebüros berichten von niedrigeren Umsätzen als im Vorjahr. Allerdings ist das etwas weniger als noch im Mai. Für die kommenden sechs Monate bleiben die Erwartungen verhalten. Zwar rechnen inzwischen weniger Reisebüros mit einer sinkenden Nachfrage, gleichzeitig wächst vor allem der Anteil jener Unternehmen, die von einer stabilen Entwicklung ausgehen. Deutlich optimistischer wird die Branche dadurch jedoch nicht. Auch bei den Erträgen überwiegt weiterhin die Skepsis. Fast zwei Drittel der Reisebüros erwarten rückläufige Einnahmen. Der leichte Anstieg des Index signalisiert daher vor allem eine Stabilisierung der Stimmung – nicht jedoch eine nachhaltige Erholung des Reisevertriebs.



Foto: iStock

## DRV sieht Türkei als Schlüsselziel für deutsche Urlauber

DRV-Präsident Albin Loidl warnt jedoch vor überzogenen Preissteigerungen und wirbt für eine stärkere touristische Entwicklung weiterer Regionen des Landes.

Beim deutsch-türkischen Wirtschaftsdialog JETCO in Ankara letzte Woche hat DRV-Präsident Albin Loidl die Bedeutung der Türkei für den deutschen Reisemarkt hervorgehoben. Gemeinsam mit Dertour-CEO Christoph Debus nahm er an Gesprächen mit Vertretern aus Politik und Wirtschaft beider Länder teil.

### Zentrales Urlaubsziel

Im Mittelpunkt der Tourismus-Arbeitsgruppe standen die Diversifizierung des touristischen Angebots, nachhaltige Entwicklungskonzepte sowie der Ausbau der Luftverkehrsverbindungen zwischen Deutschland

und der Türkei. „Die Türkei ist für die Deutschen ein zentrales Urlaubsziel“, betonte Loidl. Vor allem Familien schätzten das Land wegen seines attraktiven Preis-Leistungs-Verhältnisses und des breiten All-inclusive-Angebots. Gleichzeitig warnte er vor weiteren Preissteigerungen: „Die Preisschraube darf nicht überdreht werden. Urlaub muss gerade für Familien bezahlbar bleiben.“

### Nahostkonflikt bremst die Dynamik

Nach einem starken Buchungsstart mit einem Plus von 18,4 Prozent im ersten Quartal habe der Nahost-Konflikt die Dynamik zuletzt

etwas gebremst. Dennoch bleibt die Türkische Riviera das Rückgrat des deutsch-türkischen Reiseverkehrs. Um das Wachstum langfristig zu sichern, sieht Loidl Potenzial in weiteren Regionen wie der Ägäisküste und der Schwarzmeerregion.

Auch Städtereisen nach Istanbul sowie Kultur- und Gruppenreisen könnten künftig stärker zum Wachstum beitragen.

„Die deutsch-türkische Tourismuspartnerschaft ist ein Erfolgsmodell“, so Loidl. Sie stärke nicht nur die Wirtschaft beider Länder, sondern fördere auch den Austausch zwischen den Menschen. ✈

## Condor baut Führungsteam aus

Condor hat zwei zentrale Führungspositionen neu besetzt. Zum 1. August übernimmt Pierre Dominique Prümm (Foto links) die neu geschaffene Rolle des Chief Commercial Officer (CCO). Bereits zum 6. Juli tritt Dag Jessel (rechts) als Chief Financial Officer (CFO) die Nachfolge von Björn Walther an.

Mit der neuen CCO-Position reagiert Condor auf den Ausbau ihres Streckennetzes und der City-

Verbindungen. „Mit dem Ausbau ihrer City-Verbindungen entwickelt sich Condor zu einer Netzwerk-Airline“, begründet CEO Peter Gerber die Entscheidung. Prümm kommt von Fraport, wo er zuletzt als Vorstand Aviation und Infrastruktur tätig war.

Jessel bringt internationale Erfahrung aus Industrie- und Dienstleistungsunternehmen mit und war unter anderem für Luft-hansa tätig. Er übernimmt das

Finanzressort von Björn Walther, der Condor auf eigenen Wunsch verlässt.

Die Geschäftsführung der Airline besteht künftig aus fünf Mitgliedern: CEO Peter Gerber, CFO Dag Jessel, COO Christian Schmitt, CTO Heiko Holm sowie CCO Pierre Dominique Prümm.



Foto: Condor

# 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.

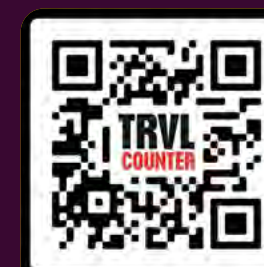
**Jetzt abonnieren und Ihr exklusives SAMOVA Tee-Set sichern**  
– nur solange der Vorrat reicht. E-Mail an: [ABO@TRVLCOUNTER.DE](mailto:ABO@TRVLCOUNTER.DE)



**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](mailto:ABO@TRVLCOUNTER.DE)

Starten mit der morning news  
[trvlcounter.de/newsletter-bestellen](https://trvlcounter.de/newsletter-bestellen)  
 Jetzt anmelden!

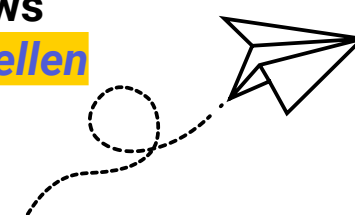


Foto: nicko Cruises

## Nicko Cruises holt Johann Lafer auf drei Donauschiffe

**Kulinarik trifft Flusskreuzfahrt: Im Mai 2027 wird Starkoch Johann Lafer auf drei ausgewählten Donaureisen von Nicko Cruises an Bord sein. Gäste dürfen sich auf exklusive Grill-Menüs, persönliche Begegnungen und besondere Genussmomente entlang der Donau freuen..**

**N**icko Cruises erweitert sein Erlebnisangebot auf der Donau um einen prominenten Genussbotschafter. Auf drei Reisen im Mai 2027 wird TV- und Starkoch Johann Lafer die Flussschiffe Celina, Viktoria und Bolero besuchen und dort jeweils einen exklusiven kulinarischen Abend gestalten. Das Besondere: Im Rahmen eines „Ship-Hopping“-Konzepts wechselt Lafer zwischen den Schiffen und bringt seine Handschrift

auf mehreren Reisen gleichzeitig ein. Im Mittelpunkt stehen speziell entwickelte Grill-Menüs, die gemeinsam mit den Bordköchen umgesetzt werden.

Darüber hinaus haben die Gäste Gelegenheit, den bekannten Koch persönlich kennenzulernen. Geplant sind Gesprächsrunden, Fragerunden und Autogrammstunden, bei denen Lafer über seine Karriere und seine Philosophie moderner Gastronomie spricht.

Den Auftakt macht die Celina auf ihrer 15-tägigen Reise vom 17. bis 31. Mai 2027. Die Route führt von Passau über Wien, Bratislava, Budapest und Belgrad bis zur spektakulären Kataraktenstrecke am Eisernen Tor und wieder zurück. Insgesamt durchquert das Schiff acht Länder. Zu den Höhepunkten zählen neben der eindrucksvollen Flusslandschaft des Eisernen Tors auch Besuche in Vukovar, Turnu Severin, sowie ein Ausflug

in den Naturpark Kopački rit.

Vom 24. bis 31. Mai 2027 ist der Starkoch auf zwei weiteren Donauschiffen zu Gast. Die Viktoria nimmt Kurs auf Südungarn und verbindet Klassiker wie Wien und Budapest. Die Bolero konzentriert sich auf die bekanntesten Donaumetropolen. Mit den Lafer-Reisen setzt Nicko Cruises den Trend fort, Flusskreuzfahrten um besondere Themen- und Erlebnisangebote zu ergänzen. ⚓

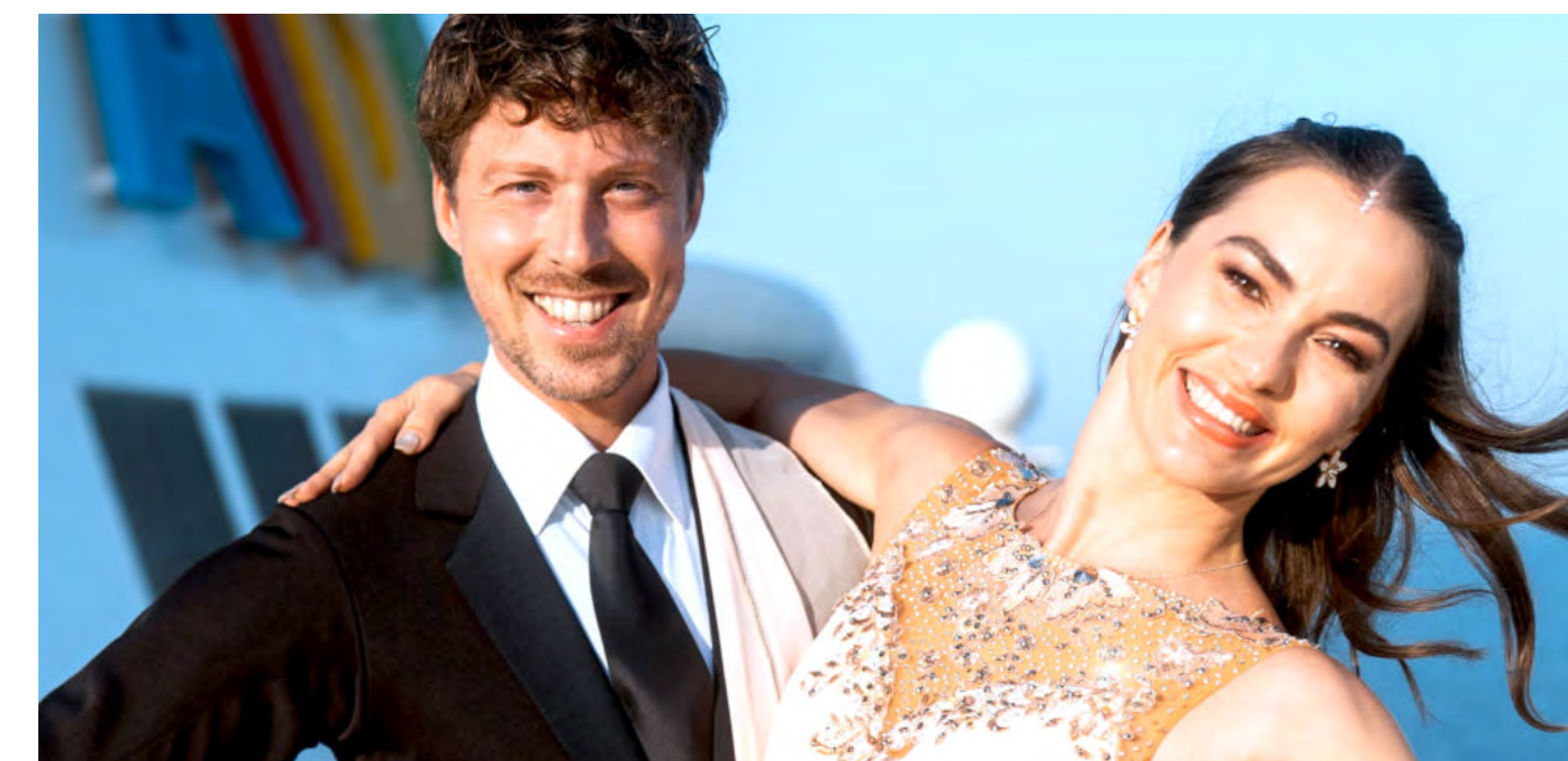


Foto: Aida/Jonas Diener

## Aida bringt Tanzstars und True Crime an Bord

**AIDA CRUISES** baut sein Angebot an Eventreisen aus und schickt Anfang 2027 gleich zwei beliebte Themenformate erneut auf See. Während sich auf der Aida Cosma alles um Tanz, Rhythmus und Show dreht, steht an Bord der Aida Nova die Welt von Kriminalistik, Forensik und Ermittlungsarbeit im Mittelpunkt.

Bereits zum vierten Mal findet die Themenreise „Aida tanzt“ statt. Vom 16. bis 23. Januar 2027 verwandelt sich die Aida Cosma auf einer Kreuzfahrt rund um die Kanaren und nach Madeira in eine schwimmende Tanzfläche. Mit dabei sind zahlreiche bekannte Gesichter aus der RTL-Erfolgsshow „Let's Dance“, darunter Juror Joachim Llambi sowie Entertainer Ross Antony.

Zum Ensemble gehören außerdem die Profitänzer Ekaterina Leonova, Malika Dzumaev, Mariia Maksina, Patricija und Alexandru Ionel, Renata und Valentin Lusin, Anastasia und Sergiu Maruster sowie Evgeny Vinokurov und Nina Bezzubova. Ergänzt wird das Programm durch weitere Tanzprofis

wie Joel Mattli und Paul Lorenz.

Die Gäste können an kostenfreien Workshops und Tanzkursen teilnehmen. Angeboten werden klassische Standard- und Lateintänze wie Tango, Foxtrott und Cha-Cha-Cha ebenso wie moderne Tanzstile. Die Kurse richten sich sowohl an Einsteiger als auch an fortgeschrittene Tänzer. Ergänzt wird das Programm durch Showauftritte, Tanzabende und persönliche Begegnungen mit den Künstlern.

Parallel dazu setzt Aida Cruises mit „Crime & Sea“ erneut auf ein Format, das sich in den vergangenen Jahren eine treue Fangemeinde aufgebaut hat. Die Themenreise auf der Aida Nova widmet sich spektakulären Kriminalfällen, moderner Ermittlungsarbeit und den Methoden der Forensik. Experten, Kriminalisten und Fachleute geben dabei Einblicke in echte Fälle und zeigen, wie Verbrechen aufgeklärt werden.

Mit beiden Eventreisen setzt Aida den Trend fort, klassische Kreuzfahrten mit thematischen Erlebniswelten zu verbinden.



Foto: Silver Seas

## Silversea macht kulinarisches Know-how zum Teil der Reise

Kochen, probieren und verstehen: Mit dem Programm S.A.L.T. verbindet Silversea kulinarische Erlebnisse mit kulturellem Wissen.

Die Luxusreederei Silversea setzt mit ihrem Programm S.A.L.T. (Sea And Land Taste) auf einen Reisetrend, der immer stärker an Bedeutung gewinnt: das Lernen im Urlaub. Im Mittelpunkt stehen kulinarische Erfahrungen, die weit über klassische Restaurantbesuche hinausgehen und Gästen Einblicke in regionale Kochtraditionen, Produkte und Esskulturen ermöglichen.

Zum Konzept gehören die S.A.L.T. Kitchen mit destinationsbezogenen Menüs sowie die S.A.L.T. Bar, in der lokale Zutaten und Spirituosen im Mittelpunkt stehen. Herzstück des Programms sind jedoch die S.A.L.T. Shore Experiences an Land und das S.A.L.T. Lab an Bord.

Bei den Landausflügen treffen Gäste auf Produzenten, Winzer, Köche und Gastgeber, die ihre regionalen Spezialitäten vorstellen. Die Erlebnisse werden anschließend an Bord in Kochkursen, Verkostungen und Workshops vertieft. Das Programm ist auf den Schiffen Silver Ray, Silver Nova, Silver Moon und der modernisierten Silver Spirit verfügbar. Mit dem Konzept reagiert Silversea auf die wachsende Nachfrage nach authentischen Erlebnissen. Statt nur Sehenswürdigkeiten zu besichtigen, sollen Reisende aktiv in Kultur und Lebensweise ihrer Destination eintauchen – und dabei neue Fähigkeiten und Wissen mit nach Hause nehmen. ⚓

## HX stärkt Vertrauen in Grönland-Expeditionen 2027

Angesichts geopolitischer Spannungen rund um Grönland hat HX Expeditions sein Grönland-Versprechen auf sämtliche Reisen der Jahre 2026 und 2027 ausgeweitet. Sollte eine Reise abgesagt werden oder eine offizielle Reisewarnung für Grönland ausgesprochen werden, können Gäste auf eine andere HX-Expedition umbuchen, ein zusätzliches Reiseguthaben von 20 Prozent erhalten oder sich den Reisepreis vollständig erstatten lassen. Parallel dazu startet HX zum grönländischen Nationalfeiertag am 21. Juni die vierteilige YouTube-Dokumentation „Kalaallit: Portraits of Greenland“. Darin berichten Grönländerinnen und Grönländer über ihren Alltag, ihre Kultur und ihre persönliche Verbindung zu ihrer Heimat.



## Arosa integriert E-Learning ins Extranet

Arosa hat sein E-Learning-Programm „Kurs Arosa“ technisch und inhaltlich überarbeitet. Die Lernplattform ist ab sofort direkt in das Extranet integriert, sodass Reiseverkäufer keinen zusätzlichen Login mehr benötigen und mit ihren bestehenden Zugangsdaten auf die Inhalte zugreifen können. Die erste Schulungseinheit führt die Teilnehmer virtuell entlang des südlichen Rheins. Neben aktuellen Produktinformationen vermittelt der Kurs Wissen zu Routen, Abfahrtsorten, Anreisemöglichkeiten sowie laufenden Vertriebsaktionen und Kampagnen.



Foto: Hapag-Lloyd Cruises

## Hanseatic Spirit mit frischem Glanz in die Arktis-Saison

Nach ihrem ersten planmäßigen Werftaufenthalt präsentiert sich die Hanseatic Spirit in modernisiertem Zustand.

Die Hanseatic Spirit von Hapag-Lloyd Cruises hat ihren ersten turnusmäßigen Werftaufenthalt erfolgreich abgeschlossen. Zehn Tage lang lag das 2021 in Dienst gestellte Expeditionsschiff in der Lloyd Werft in Bremerhaven. Auf dem Programm standen neben der vorgeschriebenen Klassenerneuerung umfangreiche Modernisierungs- und Renovierungsarbeiten.

Im Mittelpunkt der Maßnahmen standen zahlreiche öffentliche Bereiche an Bord. Das bestehende Designkonzept „Inspired by Nature“ wurde dabei bewusst beibehalten und behutsam aufgefrischt. Im Spa-Bereich erhielt die finnische Sauna einen neuen Ofen, zudem

wurden die Mosaikflächen in Duschen und Dampfbad erneuert. Auch das Hanseatic Restaurant wurde modernisiert.

Nach Abschluss der Werftzeit startet die Hanseatic Spirit nun in ihre Sommer- und Arktis-Saison. Auf die Expedition „Wildes Schottland“ folgen Reisen nach Nordwestgrönland und in die kanadische Arktis.

Später stehen Expeditionen entlang der europäischen Küsten sowie Reisen nach Südafrika auf dem Programm. Zu den Höhepunkten der kommenden Monate zählen eine Expedition von Mauritius nach Kapstadt sowie eine Nordwestpassagen-Reise von Alaska bis nach Grönland im Sommer 2027. ⚓

INTERVIEW MIT TIM STARKE, THURGAU TRAVEL

## „Nicht alles, was geht, muss man auch machen“

Die großen Schlagzeilen der Flusskreuzfahrtbranche drehen sich derzeit um Luxus, Neubauten und internationale Expansion. Thurgau Travel verfolgt dagegen einen anderen Ansatz.

Der Schweizer Spezialist setzt auf ungewöhnliche Routen, persönliche Betreuung und eine hohe Stammkundenquote. Im Gespräch mit TRVL COUNTER spricht Deutschland-Chef Tim Starke über neue Reisetrends, den Boom bei Alleinreisenden, den Umgang mit steigenden Kosten und die Frage, warum der größte Engpass der Zukunft nicht auf dem Wasser, sondern an Land liegen könnte.

Interview Jean-Marc Göttert

**Herr Starke, Thurgau Travel ist in Deutschland erst seit 2022 mit einer eigenen Gesellschaft aktiv. Wo steht das Unternehmen heute?**

Wir sind inzwischen gut im Markt angekommen. Vorher war Thurgau Travel in Deutschland zwar bekannt, aber eher bei Flusskreuzfahrtern. Die Schiffe fuhren hier zwar schon lange, waren aber fast ausschließlich mit Schweizer Gästen besetzt. Mit der Gründung unserer Berliner Gesellschaft haben wir den direkten Markteintritt gewagt.

**Und, läuft das Geschäft?**

Ja, heute können wir sagen, dass wir unsere Wachstumsziele erreicht oder sogar übertroffen haben. Global betrachtet haben wir das Niveau von 2019 praktisch wieder erreicht. Der Unterschied zu früher ist, dass wir heute breiter aufgestellt sind

und damit auch krisenresistenter geworden sind.

**Was unterscheidet Thurgau Travel von vielen anderen Flusskreuzfahrtanbietern?**

Unser Ansatz war von Anfang an, nicht einfach die gleichen Produkte anzubieten wie alle anderen. Natürlich könnten wir Rhein und Donau fahren. Das tun wir auch. Aber unser Mar-

**»Aus Unternehmer-sicht könnte man sagen: Der Wurm muss dem Fisch schmecken und nicht dem Angler. Persönlich sehe ich das etwas differenzierter. Nicht alles, was geht, muss man auch machen.«**

kenkern sind außergewöhnliche Routen und regionale Flussreisen. Als wir in Deutschland gestartet sind, haben wir Reisen von Berlin nach Saarbrücken oder von Bremen über den Dollart nach Amsterdam angeboten. Solche Strecken findet man nicht an jeder Ecke. Gleichzeitig verstehen wir uns als Familienunternehmen mit persönlicher Atmosphäre. Viele Gäste kommen wieder, fragen nach bestimmten Reiseleitern oder erkennen Crewmitglieder wieder. Diese Nähe ist ein wichtiger Teil unserer Identität.

**Ein Schwerpunkt sind Ihre Themenreisen. Was steckt dahinter?**

Wir unterscheiden zwischen klassischen Themenreisen und Eventreisen. Bei den klassischen Themenreisen ist das Thema der eigentliche Reisegrund. Das können Fahrradre-

sen, Wanderreisen oder Genussreisen sein. Gerade Wanderreisen haben bei unseren Schweizer Gästen traditionell eine hohe Bedeutung. Daneben haben wir Eventreisen entwickelt. Dort dient das Thema eher als zusätzliche Bereicherung. Die Gäste machen die Reise nicht ausschließlich wegen des Programms, bekommen aber einen besonderen Mehrwert.

**Dazu gehört auch die neue Reihe „Hinter den Kulissen“.**

**Warum setzen Sie bewusst auf Menschen hinter bekannten Produktionen?**

Weil dadurch ganz andere Gespräche entstehen. Wenn ein

Schauspieler an Bord sitzt, konzentrieren sich die Fragen oft auf die Person. Wenn dagegen Produzenten, Autoren oder Menschen aus dem Hintergrund einer Produktion erzählen, interessieren sich die Gäste stärker für die Inhalte und Prozesse. Wir möchten bewusst Raum für Dialog schaffen. Die Gäste sollen Fragen stellen können und einen echten Blick hinter die Kulissen bekommen. Das unterscheidet sich von klassischen Lesungen oder Auftritten prominenter Persönlichkeiten.

**Viele Reedereien haben zuletzt wegen steigender Treibstoffkosten Zuschläge eingeführt.**

### Zur Person

Tim Starke ist Deutschland-Chef des Schweizer Flusskreuzfahrtanbieters Thurgau Travel und verantwortet seit dem Markteintritt 2022 den Aufbau der deutschen Gesellschaft in Berlin. Der studierte Medienwissenschaftler ist ein Quereinsteiger in die Touristik. Nach Stationen im Marketing und bei der Stadt Berlin wechselte er zur Berliner Veranstalterlegende Lernidee Erlebnisreisen, wo er den internationalen Vertrieb verantwortete.

**Thurgau Travel verzichtet darauf. Warum?**

Wir haben die Entwicklung sehr genau beobachtet. Viele Anbieter haben relativ schnell reagiert und Zuschläge eingeführt. Wir haben uns bewusst für einen anderen Weg entschieden. Unsere Überlegung war relativ einfach: Wir stehen für Verlässlichkeit. Wenn wir einen Preis kommunizieren, möchten wir diesen nach Möglichkeit auch halten. Für das laufende Jahr haben wir deshalb entschieden, die Kostensteigerungen nicht an die Kunden weiterzugeben. Natürlich werden wir die Entwicklungen künftig in die Kalkulation einbeziehen. Aber für



An Bord der Douglas Mawson erleben Gäste von Ikarus Tours die Antarktis aus nächster Nähe. Zwischen Eisbergen, Gletschern und einer einzigartigen Tierwelt führt das Expeditionsschiff in eine der letzten großen Wildnisregionen der Erde, dorthin, wo Naturgewalten, Stille und Weite den Alltag für einige Tage ver-

dieses Jahr war uns die Reputation wichtiger als nachträgliche Kostenerhebung an die Gäste.

## Heißt das, dass Reisen künftig grundsätzlich teurer werden?

Die Branche wird Preisentwicklungen stärker berücksichtigen müssen. Niemand weiß heute, wie sich Energiepreise entwickeln werden.

Für 2027 werden wir mit größeren Puffern kalkulieren. Gleichzeitig gehen wir davon aus, dass sich die Märkte wieder stabilisieren werden. Sie beobachten einen deut-

## lichen Zuwachs bei Alleinreisenden. Woher kommt dieser Trend?

Der Trend wächst seit Jahren kontinuierlich. Viele Menschen sind heute länger aktiv und reisen selbstständiger als früher. Der überwiegende Teil unserer Alleinreisenden sind Frauen. Oft sind sie verwitwet oder geschieden, manchmal reisen sie aber auch ganz bewusst allein.

## Gleichzeitig gewinnen kürzere Reisen an Bedeutung. Warum?

Das Reiseverhalten verändert sich. Früher dominierte die klassische Sieben-Nächte-Reise.

Heute suchen viele Menschen nach flexibleren Formaten.

Wir haben beispielsweise eine fünftägige Reise rund um Potsdam aufgelegt. Ehrlich gesagt waren wir selbst überrascht, wie schnell diese Reise ausverkauft war. Das Feedback war eindeutig: Für viele Gäste – besonders Neulinge im Flussreisebereich – ist eine Reisedauer von vier bis sechs Nächten ideal.

Zwischen den ganz kurzen Schnupperreisen und den klassischen Wochenreisen gibt es einen Markt, der bislang unterschätzt wurde.

2027 drängen mit Celebrity

## River Cruises und weiteren Neubauten zusätzliche Kapazitäten auf Europas Flüsse. Wird der Wettbewerb deutlich härter?

Man muss unterscheiden: Die amerikanischen Anbieter bedienen zunächst einmal ein anderes Publikum als die klassischen europäischen Flusskreuzfahrer. Die Schiffe, die Preisstruktur und die Erwartungen der Gäste unterscheiden sich teilweise deutlich. Deshalb sehe ich darin nicht automatisch eine direkte Konkurrenz um dieselben Kunden. Die eigentliche Herausforderung liegt für mich an anderer Stelle.

## Wo genau?

Bei der Infrastruktur. Die Zahl attraktiver Anleger ist begrenzt. Jeder möchte vor dem Kölner Dom, in Amsterdam oder an prominenter Stelle in den Innenstädten liegen. „Die Anleger werden zu bestimmten Zeiten und an bestimmten Orten wie Gold gehandelt werden.“ Je mehr Schiffe auf den Markt kommen, desto stärker wird der Wettbewerb um diese Liegeplätze. Daraus ergeben sich zwangsläufig Diskussionen mit Häfen und Destinationen. Themen wie Kapazitäten, Besucherströme und Overtourism werden künftig stärker in den Fokus rücken.

Gleichzeitig investieren viele Anbieter massiv in das Premiumsegment. Warum?

Das Premiumsegment ist traditionell das widerstandsfähigste Segment im Reisemarkt. Menschen möchten besondere Erlebnisse, mehr Komfort und Individualität. Reisen sind heute auch Ausdruck eines Lebensstils und gelten als Statussymbol. Deshalb gibt es immer Gäste, die bereit sind, für größere Kabinen, exklusive Erlebnisse oder besondere Schiffe mehr Geld auszugeben. Das macht dieses Segment natürlich auch für Investoren attraktiv.

## Muss man diesen Trend als Anbieter zwangsläufig mitgehen?

Aus Unternehmensicht könnte man sagen: Der Wurm muss dem Fisch schmecken und nicht dem Angler. Persönlich sehe ich das etwas differenzierter. Nicht alles, was geht, muss man auch machen. Wir merken, dass unsere Gäste vor allem die persönliche Atmosphäre schätzen. Viele kommen immer wieder, kennen die Crew oder fragen gezielt nach bestimmten Reiseleitern. Deshalb ist unser Ziel nicht, ständig neue Rekorde oder immer größere Schiffe zu präsentieren. Unsere beste Werbung sind zufriedene Stammgäste.

## Künstliche Intelligenz verändert derzeit den Vertrieb. Welche Rolle spielt KI für Thurgau Travel?

KI wird viele Prozesse vereinfachen und begleiten. Besonders

spannend finde ich aber die Veränderungen bei der Reisesuche. Immer mehr Menschen nutzen KI-gestützte Suchsysteme und individuell trainierte Suchagenten. Die entscheidende Frage wird künftig sein, wie sichtbar man in diesen Suchumgebungen ist. Wenn wir dort gut positioniert sind, kann das langfristig wichtiger werden als manche klassische Vertriebschnittstelle. Die nächste Generation von Reisenden wird ganz selbstverständlich über KI-Agenten nach Reisen suchen.

## Zum Schluss noch ein Blick auf die Kundenbewertungen. Thurgau Travel erzielt auf Trustpilot außergewöhnlich hohe Werte. Warum wird das vergleichsweise wenig kommuniziert?

Trustpilot bietet nach unserer Meinung den entscheidenden Mehrwert bei Neukunden. Die hohe Bewertung kommt nicht von ungefähr, denn Thurgau Travel hat sehr früh angefangen, systematisch Kundenfeedback einzuholen und digital auszuwerten, noch bevor das Ratingssystem jeden Service durchdrungen hat. Das betrifft den gesamten Prozess – von der Buchung bis zur Reise selbst. Dadurch haben wir über viele Jahre eine große Zahl an Bewertungen aufgebaut. Für mich sind solche Bewertungen ein wichtiger Indikator. Sie zeigen, wie die Gäste das Produkt tatsächlich erleben. Danke fürs Gespräch!



Foto: NCL

## NCL lässt Expedienten durch Reisebüropartner schulen

Norwegian Cruise Line will die Reisebüros gezielt im Verkaufsalltag unterstützen und startet im Juni die neue Vertriebskampagne „Von Expis für Expis“.

**N**orwegian Cruise Line will Reisebüros gezielt im Verkaufsalltag unterstützen und startet im Juni die neue Vertriebskampagne „Von Expis für Expis“. Im Rahmen der Kampagne geben die vier Reisebüropartner Anders Reisen, Holiday by Let's Travel, TUI Reisecenter Lippstadt und Reisebüro Moch Einblicke in ihre individuellen Verkaufsstrategien und teilen ihre Best Practices.

Zentrales Element der Kampagne ist ein gemeinsames Webinar am 24. Juni, in dem die vier Reisebüropartner ihre Erfahrungen bündeln und vertiefen.

Dabei decken sie unterschiedliche Schwerpunkte ab wie Sichtbarkeit und Neukundengewinnung über Social Media, Argumentation im Verkaufsge-

spräch, Kundenbindung und datenbasierte Ansprache sowie Gruppenreisen und erlebnisorientierter Verkauf.

Flankiert wird das Webinar durch Newsletter- und Social-Media-Maßnahmen, die die wichtigsten Erkenntnisse komprimiert aufbereiten und einfach zugänglich machen.

„Mit ‚Von Expis für Expis‘ gehen wir bewusst einen Schritt weiter“, sagt Jürgen Stille, Senior Director Business Development Europe. „Wir stellen die Expertise unserer Vertriebspartner in den Mittelpunkt und zeigen nachvollziehbar, was im Verkaufsalltag wirklich funktioniert. Mit der Kampagne schaffen wir eine Plattform, die Reisebüros praxisnahe Impulse an die Hand gibt, die sie direkt am Counter anwenden können.“

# 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!**



## Wikinger Reisen baut Singles-Programm weiter aus

Der Trend zum Alleinreisen setzt sich fort. Wikinger Reisen reagiert darauf mit einem erweiterten Angebot für Solourlauber und bietet inzwischen fast 50 Reisen speziell für Alleinreisende an. Alle Touren der Reihe „Aktivurlaub für Singles“ sind ausschließlich für Soloreisende konzipiert, die gemeinsam aktiv sein möchten. Ein Einzelzimmer ohne Aufpreis gehört dabei grundsätzlich zum Reisepaket. Neu im Programm ist eine sportliche Wanderreise auf Mallorca. Ab Mitte September führt die Tour über den Fernwanderweg GR 222 durch die Serra de Tramuntana. Die Route richtet

sich an aktive Wanderer mit guter Kondition und verbindet Küstenabschnitte mit den Berglandschaften der Insel. Für weniger ambitionierte Gäste bleibt die bereits bestehende Wanderreise rund um Cala Figuera im Programm. Auf Fuerteventura setzt Wikinger auf Natur- und Gemeinschaftserlebnisse. Die Teilnehmer erkunden Vulkanlandschaften, wandern durch die Umgebung von El Cotillo und besuchen das historische Betancuria. Weitere Ziele für Alleinreisende sind die Côte d’Azur mit Wanderungen auf der Halbinsel Giens sowie die Westalgarve mit ihren spektakulären Küstenwegen.



Foto: Cunard

## Cunard schnürt Zusatzpakete für Kreuzfahrtgäste

Die britische Reederei führt für alle buchbaren Reisen von 2026 bis 2028 neue Signature Pakete ein.

Mit den Angeboten bündelt die Reederei verschiedene Zusatzleistungen wie Getränke, Internetzugang und Restaurantguthaben in einem Paket und verspricht Gästen dadurch Preisvorteile gegenüber einer Einzelbuchung.

Zur Auswahl stehen zwei Varianten. Das Signature Paket umfasst ein Getränkepaket, WLAN sowie ein Guthaben für Spezialitätenrestaurants. Wer zusätzliche Leistungen wünscht, kann das Premium Signature Paket buchen. Dieses beinhaltet erweiterte Getränkeoptionen, schnelleres Internet sowie ein höheres Restaurantguthaben.

Nach Angaben von Cunard können Reisende mit den neuen Paketen je nach Reise und Nutzung der Leistungen bis zu 30 Prozent gegenüber der separaten Buchung sparen.

Für Kreuzfahrten von ein bis sechs Nächten kostet das Signature Paket 80 Euro pro Person und Tag, die Premium-Version 90 Euro. Bei Reisen zwischen sieben und 14 Nächten sinken die Tagespreise auf 65 beziehungsweise 80 Euro. Für Kreuzfahrten mit einer Dauer von 15 bis 74 Nächten werden 55 Euro für das Signature Paket und 70 Euro für das Premium Signature Paket fällig. Auf längeren Reisen ab 75 Nächten reduzieren sich die Kosten auf 45 beziehungsweise 60 Euro pro Person und Tag.

Die Signature Pakete sind ab sofort für alle verfügbaren Cunard-Reisen von 2026 bis 2028 buchbar. Reisebüros können die Zusatzleistungen direkt bei der Reservierung ergänzen. Alternativ ist die Buchung über die Reservierungsabteilung der Reederei möglich.

JOBS



Düsseldorf

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

JETZT BEWERBEN

Werden Sie ein Teil von alltours!

JOBS



An verschiedenen Standorten

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

JETZT BEWERBEN

Werden Sie ein Teil von alltours!

JOBS



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!

## Emirates erweitert Reiseschutz um Konfliktabsicherung

**E**mirates hat eine neue Reiseversicherung vorgestellt, die über klassische Leistungen hinausgeht und Reisenden auch bei geopolitischen Krisen zusätzliche Sicherheit bieten soll. Neben Reiserücktrittsschutz sowie Leistungen bei Gepäckverlust oder Gepäckverspätungen beinhaltet das Angebot eine unbegrenzte Deckung medizinischer Kosten und Notfallevakuierungen weltweit.

Neu ist ein spezieller Konfliktschutz. Dieser umfasst medizinische Leistungen von bis zu 25.000 US-Dollar bei konfliktbedingten Vorfällen sowie eine kostenlose Reiseverlängerung von bis zu 30 Tagen. Der Schutz gilt unabhängig von staatlichen Reisehinweisen.

Kommt es durch Konflikte oder Luft-  
raumschließungen zu Flugausfällen,



bucht Emirates betroffene Gäste ohne Zusatzkosten auf alternative Verbin-

dungen um. Dies gilt auch für Anschlussflüge anderer Airlines. Darüber hinaus organisiert die Fluggesellschaft bei Reiseunterbrechungen Hotelunterkünfte und unterstützt Reisende bei verlängerten Aufenthalten.

„Die Reiselust bleibt hoch, gleichzeitig haben wir eine Lücke beim Versicherungsschutz erkannt“, erklärt Emirates-Präsident Sir Tim Clark. Gemeinsam mit dem Versicherungsanbieter Travel Guard habe man deshalb ein Produkt entwickelt, das auf die aktuellen Bedürfnisse von Reisenden zugeschnitten sei.

Die Versicherung kann ab sofort direkt bei der Flugbuchung oder nachträglich über den Bereich „Buchung managen“ hinzugebucht werden.

### 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](http://www.lifeverlag.de)

HERAUSGEBERIN  
Irena Roth

CHEFREDAKTEUR / VISDP  
Jean-Marc Götttert  
[jean-marc.goetttert@trvlcounter.de](mailto: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](mailto:andreas.lentz@lifeverlag.de)

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

#### Thailand prüft höhere Touristensteuer

**DER FARANG** | Einen Tag nach der Ankündigung großer Visa-Änderungen erklärte ein Minister, dass die geplante Einreisegebühr von 300 Baht möglicherweise erhöht wird. [Mehr](#)



#### Was bringt die Senkung der Luftverkehrssteuer?

**TAGESSCAHU** | Der Bundestag hat eine Senkung der Luftverkehrssteuer auf den Weg gebracht - trotz des ökologischen Schadens. Was bedeutet das für Ticketpreise? Und ist Fliegen in Deutschland wirklich teurer als im europäischen Vergleich? [Mehr](#)



#### In Japan eröffnet der erste Pokémon-Flughafen der Welt

**RND** | Pokémons am Flughafen sehen? In Japan wird das bald Realität: Ab Juli eröffnet in der Präfektur Ishikawa der weltweit erste Pokémon-Flughafen. Alle Infos im Überblick. [Mehr](#)



#### Warum Anwohner den Brenner lahmlegen und womit Reisende rechnen müssen

**DIE ZEIT** | Ende Mai demonstrieren Anwohner gegen das Verkehrschaos am

Brenner. Folge ist eine Vollsperrung. Was wird blockiert und wie lange? Wer kritisiert die Pläne? Ein Überblick [Mehr](#)



#### Reisende haben die besten Strände der Welt gekürt.

#### Gleich drei liegen auf Kreta

**GEO** | Romantische Buchten, feinsten Sand und spektakuläre Küsten: Bei den „Travellers' Choice Awards 2026“ sind die schönsten Strände weltweit ausgezeichnet worden. Die Top 15. [Mehr](#)



#### Ein „Rekord“ bei den ersten „Enhanced Games“ der gedopten „Supermenschen“

**DER STANDARD** | Grieche Gkolomeev kraulte 50 Meter in 20,81 Sekunden, trug dabei aber auch einen unerlaubten Hightechanzug. Gesperrter US-Sprinter Fred Kerley in 9,97 klar über Usain Bolts Weltrekord. [Mehr](#)



#### Dieser Mini-Ort in Deutschland wird auch „Little Berlin“ genannt

**DER REISEREPORTER** | Im Das kleine Dorf Mödlareuth befindet sich sowohl in Bayern als auch in Thüringen. Jahrelang verlief auch durch das Minidorf eine riesige Betonmauer – die Geschichte des Ortes ist seit Jahrhunderten von Teilungen geprägt. [Mehr](#)