

TRVL COUNTER *Digital*

WIR SEHEN REISEN MIT ANDEREN AUGEN

DANKE

GETRAGEN VON HERZBLUT

20 Jahre TLT Urlaubsreisen: Die Jubiläumstagung an Bord der Mein Schiff 7 wird zur emotionalen Standortbestimmung einer starken Gemeinschaft im mobilen Reisevertrieb.

Young Community

Die QTA will beim nächsten Reisesommer unter anderem den touristischen Nachwuchs in den Mittelpunkt der Tagung stellen. **SEITE 7**

Staatssekretär für Tourismus

ASR und DTV fordern von der neuen Bundesregierung die Ernennung eines Staatssekretärs.



Jean-Marc Göttert
Chefredakteur

Moin aus Kopenhagen!

TLT Urlaubsreisen feierte sein 20-jähriges Bestehen mit der größten Jahrestagung der Unternehmensgeschichte.

Rund 330 mobile Reiseprofis reisten gemeinsam mit Familienmitgliedern an Bord der Mein Schiff 7 von Hamburg über Oslo nach Kopenhagen. Unter dem Motto „Family & Friends“ standen Gemeinschaft, Wertschätzung und Weiterentwicklung im Fokus der TLTU-Jahrestagung 2025.

TUI-Topmanager wie Sebastian Ebel, Benjamin Jacobi und Wybcke Meier würdigten TLTU als Erfolgsgeschichte mit Vorbildcharakter. Geschäftsführer André Repschinski betonte: „Unsere Reiseprofis sind das Herz der TLTU – wir investieren

in ihre Kompetenz und Persönlichkeit.“ Workshops, Vorträge und ein emotionales Rahmenprogramm stärkten das Netzwerk spürbar.

Höhepunkt war der Launch der neuen Dachmarke „ReiseBeratung – powered by TUI“, die die Marken „TakeOff“, „FERIA“ und „holidayprofis“ vereint. Kurz gefasst: Eine Tagung mit Weitblick – und mit Kurs auf eine erfolgreiche Zukunft im mobilen Reisevertrieb.

Wir wünschen Ihnen eine spannende Lektüre! Bleiben Sie uns gewogen. ⚓

Inhalt

TOP-NEWS

- 03 **Check-in Fotoseite**
- 04 **TLTU startet mit neuer Marke durch**
- 05 **Jahrestagung:** „Menschlich, ehrlich, kompetent“ – das war die TLTU-Jahrestagung 2025
- 08 **Bildergalerie des Events**

COUNTER

- 13 **Best-Reisen** treibt das Thema Blockchain voran

- 14 **TUI Franchise** „Young Stars Academy“ gestartet
- 15 **TUI Travel Star** feiert 25. Jubiläum mit Rekord

PRODUKT

- 16 **Princess Cruises** präsentiert eine 129-Nächte-Weltreise

DESTINATION

- 17 **Verbände fordern** Staatssekretär für Tourismus
- 18 **Galapagos-Event** in Frankfurt

DER FRÜHLING IST DA!

FRISCH WIE EINE TULPE:
DIE NEUE AUSGABE HIER GRATIS LESEN



JETZT REINSCHNUPPERN



CHECK-IN

Vielseitiger Rohstoff vom Feld

REISSTROH IST DAS GETROCKNETE PFLANZENMATERIAL, DAS NACH DER ERNTE ÜBRIG BLEIBT

Was auf den ersten Blick wie landwirtschaftlicher Abfall aussieht, hat großen praktischen Wert: Beim Entladen eines Lastwagens fällt Reisstroh in großen Bündeln zu Boden. Das Stroh ist ein Nebenprodukt der Reiserzeugung und wird in vielen Regionen der Welt vielseitig genutzt. Reisstroh dient als günstiges Futter für Rinder, wird zur Bodenverbesserung eingesetzt und spielt in vielen ländlichen Haushalten als Brennmaterial eine wichtige Rolle. Auch im Bauwesen oder für die Herstellung biologisch abbaubarer Verpackungen findet es zunehmend Verwendung.

In Indien ist Reisstroh ein fester Bestandteil der ländlichen Wirtschaft. Es wird als Tierfutter, Kompostmaterial und Brennstoff verwendet. So wird ein traditionelles Nebenprodukt zunehmend zu einem Baustein nachhaltiger Entwicklung. ⚓





„Es braucht mehr denn je echte Nähe“

Die Marken TakeOff, FERIA und holidayprofis verschwinden – stattdessen startet TLT Urlaubsreisen mit einem neuen Auftritt: „ReiseBeratung – powered by TUI“. Im Zentrum stehen künftig nicht Logos, sondern Menschen.

Erfolge feiern ist schön – aber wir müssen weiterdenken.“ Mit diesen Worten eröffnete André Repschinski, Geschäftsführer von TLT Urlaubsreisen, den Markenrelaunch auf der TLTU-Jahrestagung an Bord der Mein Schiff 7.

Rund 330 mobile Reiseberaterinnen und -berater waren dabei, als die neue Marke offiziell vorgestellt wurde: „ReiseBeratung – powered by TUI“ ersetzt künftig die bisherigen Submarken TakeOff, FERIA und holidayprofis.

Ziel der Neuausrichtung ist es, die Markenidentität zu vereinheitlichen und die Beratungsleistung in den Mittelpunkt zu rücken. Denn, so Repschinski: „Mehr denn je braucht es persönliche Beratung, echte Nähe und individuelle Betreuung bei der Urlaubsbuchung.“

Neue Marke, klares Gesicht

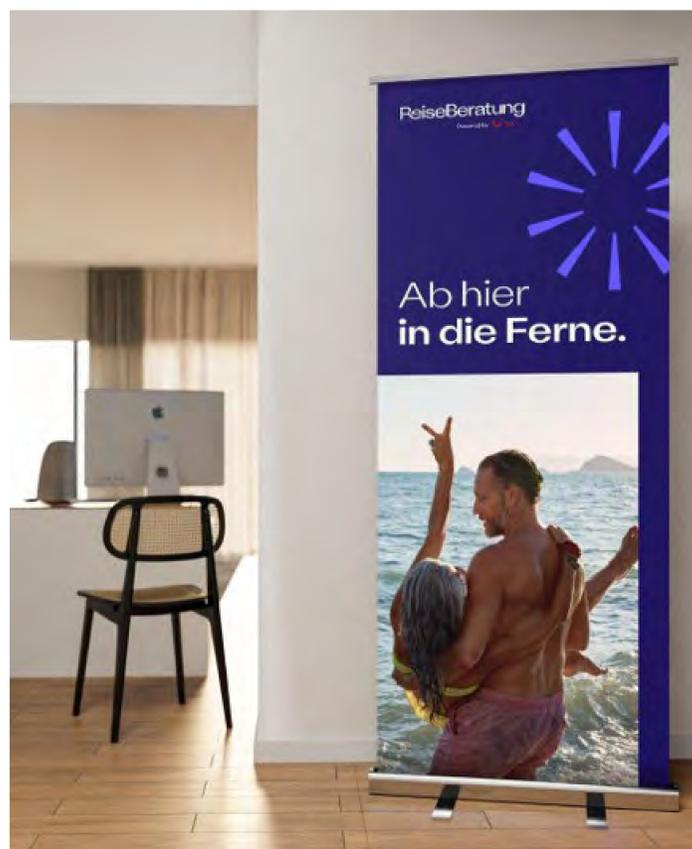
Mit dem neuen Auftritt verschwindet nicht nur die bisherige Dreiteilung der Markenlandschaft – sie wird ersetzt durch ein durchgängiges Erscheinungsbild, das sich sowohl digital als auch analog wiederfindet. Eine einheitliche Farbwelt, eigens entwickelte Icons, eine lizenzierte Typografie und ein klarer Bildstil sollen die neue Marke visuell prägen. Entscheidend dabei: Die mobilen Reiseberaterinnen und -berater selbst sind künftig

„das Gesicht der Marke“. Ihre Persönlichkeit, Kompetenz und Kundenbindung stehen im Mittelpunkt der Kommunikation.

Vom Baukasten zur Marke mit Haltung

„Aus Kundensicht war zuletzt nicht mehr klar, wofür diese drei Marken stehen“, erklärt Repschinski die Entscheidung. Auch intern habe die Mehrmarkenstrategie für Unsicherheit gesorgt – etwa bei Marketingaktionen, im Social Media-Auftritt oder in der Kundenkommunikation. Mit dem neuen Markennamen wolle man ein Versprechen abgeben, sagte Repschinski: „360-Grad-Kundenservice statt Click&Go – das ist der Anspruch der neuen Marke.“ Der Markenprozess habe über eineinhalb Jahre gedauert und sei eng mit den Vertriebspartnern abgestimmt worden.

Der Rollout erfolgte nicht nur mit einem emotionalen Launch auf See, sondern auch mit konkretem Fahrplan: Alle Beraterinnen und Berater erhalten Umstellungshilfen, Mailing-Vorlagen und Social Media-Beiträge zur Ankündigung des Markenwechsels. Auch digitale Inhalte wie Filme und Präsentationen stehen zur Verfügung. Noch in diesem Jahr soll die Umstellung abgeschlossen sein, rechtzeitig zum Jahresendgeschäft. Infos folgen in den kommenden Wochen. ⚓





Zusammen sind wir stark: André Repschinski prägt die TLTU mit seiner wertschätzender Führung. Heute sind die „Mobilen“ mehr denn je eine Community.“



Gute Stimmung in der Arena: Wo sonst Musicals und Shows stattfinden, fand die Jahrestagung an Bord der Mein Schiff 7 statt mit 330 Beraterinnen und Beratern.

„Menschlich, ehrlich, kompetent“

Ein Jubiläum mit Symbolkraft: TLT Urlaubsreisen, die mobile Vertriebsorganisation der TUI, feiert ihr 20-jähriges Bestehen – und richtet auf hoher See den Blick nach vorn. An Bord: über 330 Beraterinnen und Berater, 40 Partnerunternehmen und prominente Vertreterinnen und Vertreter der TUI-Spitze. Der Tenor: Persönlichkeit, Partnerschaft und Professionalität machen auch in digitalen Zeiten den entscheidenden Unterschied.

Ein klarer, frischer Morgen auf der Ostsee. Während die Mein Schiff 7 von Hamburg aus Kurs auf Oslo nahm, war das Außendeck bereits voller Leben. Doch diesmal waren es nicht nur Urlauber, die sich auf die Nordtour freuten, es waren über 330 mobile Reiseprofis, die gemeinsam mit Familienmitgliedern und Freunden das 20-jährige Bestehen von TLT Urlaubsreisen feierten. Insgesamt rund 700 Teilnehmende haben die Jahrestagung 2025 zur größten in der Unternehmensgeschichte gemacht – und zugleich zu einem emotionalen Wendepunkt für das TUI-Tochterunternehmen.

Wertschätzung in der Partnerschaft
„TLT Urlaubsreisen ist seit 20 Jahren ein herausragendes Beispiel für gelebte Partnerschaft, Innovationskraft und Kundennähe“, sagte Benjamin Jacobi, Vorsitzender der Geschäftsführung von TUI Deutschland, im Eröffnungsplenum an Bord. Es gab viel Lob für die TLTU-Führung: „Mit hoher Dynamik, klarer Vision und konsequenter Kundenorientierung hat André Repschinski den mobilen Vertrieb exzellent aufgestellt.“ Seit zwei

Jahrzehnten ist TLTU eine tragende Säule im Vertrieb der TUI – mit einem Jahresumsatz von über 170 Millionen Euro und einem stetig wachsenden Netzwerk.

Geschäftsführer André Repschinski blickte in seiner Eröffnungsrede in Oslo auf die Vergangenheit zurück und richtete den Blick nach vorne: „Wir feiern nicht nur unser Jubiläum, sondern treiben auch während der Tagung die Weiterentwicklung unserer Organisation voran.“

Er erinnerte daran, wie sich die Branche verändert hat – und wie TLTU darauf reagiert hat: „Wir haben viele Dinge angestoßen, die sich nun auszahlen.“ Digitalisierung, neue Markenstrategie, intensive Schulungen – das alles sei kein Selbstzweck, sondern diene einem zentralen Ziel: „Wir wollen das beste Beratungsangebot im mobilen Vertrieb bieten – menschlich, ehrlich, kompetent.“

Ein starkes Netzwerk
Neben Repschinski und Jacobi begrüßten die Teilnehmenden auch TUI CEO Sebastian Ebel sowie TUI Cruises-Chefin Wybcke Meier. Sie betonte die besondere Nähe zwischen den mobilen Beratern und der Kreuzfahrtmarke: „Mit ihrer



Lob von allen Seiten: TUI Cruises-Chefin Wybcke Meier lobte die Kompetenz der Beraterinnen und Berater sowie die gute Zusammenarbeit im Vertrieb.



Pioniere unter sich: Von der ersten Stunde an dabei und heute noch aktiv sind (von links) Andrea Neckenig (Marienrachdorf), Ina Schirmmacher (Hamburg) und Christina Schnur (Versmold). Auf dem Podium berichteten die Pioniere der ersten Stunde von ihrem beruflichen und privaten Werdegang.

Vertriebskompetenz trägt TLTU dazu bei, unseren Wachstumskurs mit rund 40 Prozent mehr Kapazität in den Jahren 2025 und 2026 erfolgreich weiterzuführen. Dieses starke Netzwerk ist ein echter Mehrwert – für uns als Reederei und für unsere Gäste.“

Die Wahl des Tagungsortes – die Mein Schiff 7 – war kein Zufall, sondern ein Statement. Die Reise nach Oslo und Kopenhagen wurde von Landausflügen nach Oslo und Kopenhagen begleitet und bot genug Gelegenheiten für persönlichen Austausch, Beratungsgespräche und Fortbildung in ungezwungener Atmosphäre.

Gelebte Unternehmenskultur
Unter dem Motto „Family & Friends“

wurde die Tagung zu einer Plattform, die das Menschliche ins Zentrum stellte. Zum ersten Mal waren Familienmitglieder der Beraterinnen und Berater offiziell eingeladen. Für Repschinski ein Zeichen der Anerkennung: „Sie erleben hier hautnah, was TLTU ausmacht – und sie sollen den verdienten Dank erhalten für ihre Unterstützung im Alltag.“

Diese Kultur der Wertschätzung zeigte sich auch in den Angeboten an Bord: Workshops zu persönlichen Entwicklungsthemen, Impulsvorträge zu Zukunftstrends im Vertrieb, eine digitale Eventplattform zur Vorbereitung und zahlreiche Momente des gemeinsamen Feierns machten die Tagung zu einem ganzheitlichen Erlebnis. „Unsere

Reiseprofis sind das Herz der TLTU“, sagte Repschinski. „Und wir wollen ihnen Raum geben – für Selbstreflexion, für Inspiration, für echte Begegnung.“

Auch organisatorisch setzte die Veranstaltung neue Maßstäbe: Über 40 Veranstalter- und Dienstleistungspartner waren an Bord. Eine speziell entwickelte App begleitete die Teilnehmer schon im Vorfeld und lieferte Infos, Vernetzungsmöglichkeiten und individuelle Tagespläne.

Zufriedenheit, die messbar ist
Dass sich diese Unternehmenskultur auszahlt, zeigt eine aktuelle Umfrage unter den rund 700 TLTU-Reiseprofis: Mit einer Bewertung von 4,7 von 5 Punkten ist die Zufriedenheit auf



Zeit zum Austausch:
Andrea Neckenig und Ina Schirmmacher



André Repschinski

Klar wiedererkannt: Wie so viele kommt auch der Chef auch aus dem stationären Vertrieb. André Repschinski gab einen amüsanten Rückblick auf Zeiten im Reisebüro, als die Kunden damals zum Abholen des Katalogs vorbeischaute.



„Es ist schön, hier zu sein, in Zeiten, die sich stark verändern.“ Auch TUI-Chef Sebastian Ebel fand viele anerkennende Worte für die TLTU als Vertriebsgemeinschaft, berichtete über die geopolitischen Herausforderungen und rief dazu auf, die Werte Europas zu verteidigen. „Das sind auch die Werte der TUI“, betonte er.

einem konstant hohen Niveau. Die regelmäßige Feedbackkultur ist ein fester Bestandteil der TLTU-DNA – und Grundlage für ihre Weiterentwicklung. „Wir hören zu – und wir handeln“, betonte Repschinski. „Diese Nähe zu unseren Reiseprofis ist nicht nur Teil unseres Erfolgs, sie ist unser Erfolg.“

Neue Dachmarke

Zum Schluss der Jubiläumstagung präsentierte TLTU auch ihre neue Markenstrategie: „ReiseBeratung – powered by TUI“. Sie ersetzt die bisherigen Marken „TakeOff“, „FERIA“ und „holidayprofis“.

Der neue Auftritt stellt die Persönlichkeit der Beraterinnen und Berater in den Mittelpunkt – mit einer einheitlichen Bildsprache, modernen Farben, klarer Typografie und einem Fokus auf individuelle Beratung statt anonymer Plattformlogik. Ziel ist es, Kundenorientierung, Kompetenz und Authentizität sichtbar zu machen, sagte Repschinski. TUI Deutschlandchef Benjamin Jacobi unterstützt diesen Kurs: „Aus Kundensicht war zuletzt nicht mehr

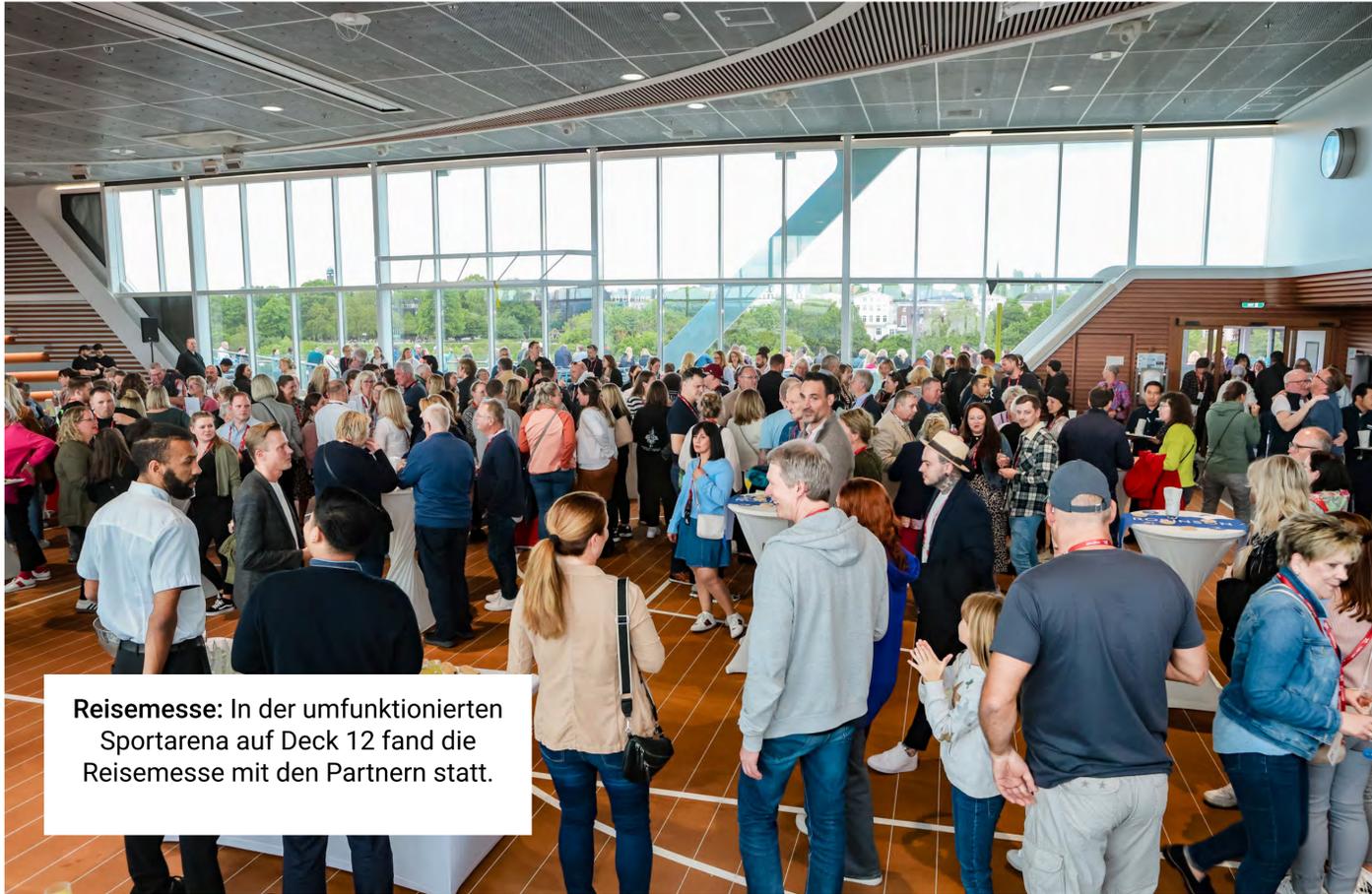
klar, wofür diese Marken stehen. Die Neupositionierung bringt Klarheit und stärkt das Vertrauen.“

Ausblick: Kurs auf die Zukunft

Ob Markenauftritt, Tagungskonzept oder persönliches Miteinander – TLTU sendet ein deutliches Signal: Die mobile Reiseberatung hat Zukunft. Die Digitalisierung wird dabei nicht als Ersatz, sondern als Ergänzung verstanden. Das zeigt auch der hybride Ansatz der Tagung – mit digitalen Formaten vor, während und nach der Reise. Repschinski ist überzeugt: „Wir sind nicht nur gekommen, um zu bleiben – wir sind gekommen, um zu führen. Und wir tun das mit einem Netzwerk, das auf Haltung, Herz und Kompetenz baut.“ So gesehen war die Jahrestagung weit mehr als ein Jubiläum – sie war Standortbestimmung, Aufbruchsignal und Gemeinschaftserlebnis zugleich. Wer dabei war, nahm neue Impulse nach Hause, aber auch das Gefühl: Hier passiert etwas Besonderes – und das mit Rückenwind. ⚓



André Repschinski und das TLTU-Team: Vor und hinter den Kulissen sorgten die Mitarbeiterinnen für einen reibungslosen Ablauf der Tagung.



Reisemesse: In der umfunktionierten Sportarena auf Deck 12 fand die Reisemesse mit den Partnern statt.



Promi-Unterstützung: TUI-Chef Sebastian Ebel und TUI Cruises-Chefin Wybcke Meier nahmen an der Tagung teil.



Rückendeckung: TUI-Deutschlandchef Benjamin Jacobi (links) und TLTU-Chef André Repschinski freuten sich über die gute Arbeit der Mobilen.



Stadtrundgang: Einige der Teilnehmer hatten sich für die Tour zu Fuß durch Kopenhagen entschieden.



Partnerfoto: (von links) Mirja Albers und Uwe Mohr (beide AIDA), Songül Göktas-Rosati (Bentour Reisen) und Elvir Johic, Director Sales Hapag-Lloyd Cruises.



Wahrzeichen: Die Kleine Meerjungfrau ist zum Wahrzeichen Kopenhagens geworden und schaut wehmütig über die Gewässer des Hafens.





Gutes Team: Mirja Albers, Head of Sales Operation und Uwe Mohr (Vice President Sales) waren für AIDA Cruises an Bord.



TUI Cruises-Team: (von links) Angelique Borys, Sandra Pfüzenreuter und Doris Wille



RIU Hotels: Jane Stümpert und Kathrin Scupin stellten die Hotelmarke und Resorts vor.



TUI 4U: Moritz Escher von TUI mit den Reiseberater kollegen Claudia Brandt (Garbsen) und Bernd Scheele (TLTU Hildesheim)



Nachhaltig: (von links) Eirin Missiridis (Reisebüro Fulda), Julia Ulrike Burkhard (Chamäleon), Steffi Könes (TLTU Harxheim) und Michaela Genuit (TLTU Rietberg)



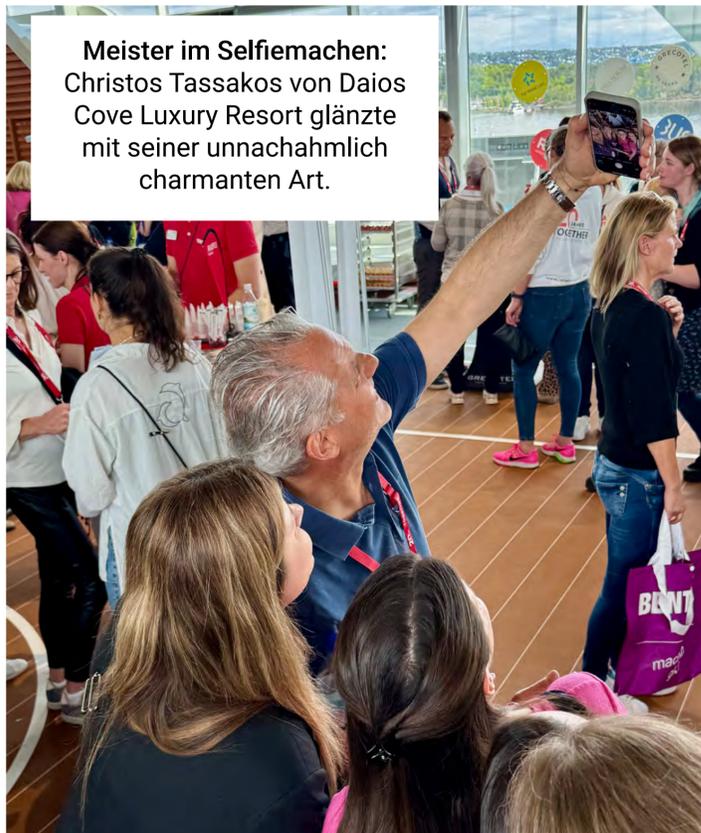
Griechischer Charme: Vangelis Vassiliou von Grecotel Hotels und Resorts



Fröhlich: Thomas Mertin und Andrea Werthmann (TLTU Orga-Team) sowie rechts Svenja Wendtland von Palladium Hotels.



Unten: Juliette Thronberens (Sandals Resorts) und Renate Kinkel (TLTU Moos)



Meister im Selfiemachen: Christos Tassakos von Daios Cove Luxury Resort glänzte mit seiner unnachahmlich charmanten Art.



Vater und Sohn: André hatte Sohn Anton und Ehefrau Ute mitgebracht.

Ameropa: (rechts) Christophe Aßmann erklärte Produkte und Angebote.



Insta-fertig: Eifrig wurden die Passepartouts genutzt, inklusive #Reiseberatungontour.



Da kommt noch ein Dach drauf: TLU-Chef André Repschinski zeigte eine beachtliche Schauspielerei als Bauarbeiter, der die TLU-Dachmarken renovieren will.



Zeit für ein Erinnerungsbild: Aage Dünnhaupt (links) und Jakob Märtens von der TUI-Zentrale in Hannover betreuten die Fachmedien an Bord.



TUI-Teamwork: Sandra Pützenreuter (TUI Cruises), Ivi Johic, Hapag-Lloyd Cruises und Clas Eckholt (TUI Cruises).



Hapag-Lloyd Cruises: Sandra Birke und Sarah Hartmann-Kruse vertreten die Luxus-Reederei.



Chefbesuch: TUI-Chef Sebastian Ebel im Gespräch mit den Fachmedien.



Mit Frack und Frau: Reiseberaterprofi Fritz Peter Bender (TLTU Saarbrücken) und seine Frau Gundula



Abschlussabend: Im feinen Glitzerlook kamen alle am letzten Abend feierlich zusammen.



Doppelrot: Ina Schirmmacher und Bianca Bleher (TLTU Hamburg und Ludwigsburg)

Kenia setzt auf Abenteuer- und Aktivreisen

Um Kenia als „Ganzjahresziel für vielseitige Erlebnisse“ zu etablieren, will das Kenya Tourism Board (KTB) unter anderem das Segment der Abenteuer- und Aktivreisen ausbauen.



- 1 -

Mehr als Strand und Safari

Kenia ist vor allem für seine atemberaubende Tierwelt und wunderschönen Strände bekannt. Mit über 50 Nationalparks, weiteren National Reserves und Conservancies sind rund 20 Prozent von Kenias Landfläche als Schutzgebiet ausgewiesen. Hier sind die berühmten Big Five zu Hause, wie auch Wildhunde, Gerenuk- und Oryxantilopen, aber auch der Vogel Hartlaub Turako oder das Goldene Rüsselhündchen (eine Mausart). Bei knapp 480 Kilometern Küste bieten sich viele und vor allem unterschiedliche Regionen für Wassersport an. Während das berühmte Diani an der Südküste einen breiten Sandstrand aufweist, bietet das ruhige Fischerdorf Watamu spannende Riffstrukturen zum Schnorcheln und Tauchen.

[Hier zum Artikel](#)



- 2 -

Abenteuer- und Erlebnisreisen

Mit der neuen Adventure-Tourism-Kenia-Marke möchte Kenia diese Bausteine stärker vermarkten. Unter www.magicalkenya.com/adventure wird zunächst die Mountain & Trail Serie vorgestellt, sechs unterschiedliche Bergläufe im Hochland und im Großen Grabenbruch in Kenia. Zur Marke gehören aber auch Kite Surfen oder Stand-up-Paddling mit Delfinen, Fahrradfahren im Nationalpark, Paragliding, Rafting, Klettern oder Kamelsafaris. Alle Angebote werden von unabhängigen Stellen nach internationalen Sicherheitsstandards überprüft und bewertet, inzwischen sind 160 Produkte überall im Land Mitglied der Marke geworden. Die Unterstützung der lokalen Gemeinden abseits der klassischen Reiseverläufe stehen im Vordergrund. [Hier zum Artikel](#)



- 3 -

Nachhaltigkeit und umweltbewusstes Reisen

Nicht nur bei der Ausweisung von Nationalparks übernimmt Kenia eine Vorreiterrolle: EcoTourism Kenya, der touristische Umweltverband, war auch einer der ersten, der international gegründet wurde, und zeichnet seitdem Unterkünfte, Veranstalter, Projekte und Guides aus. Aber auch Hortikultur-Konzepte sind in den Safariunterkünften eher die Regel als die Ausnahme. Solare Strom- und Warmwasserversorgung gehören ebenso dazu wie Müllvermeidung. Die Mitnahme von dünnen Plastiktüten nach Kenia ist bereits seit 2017 verboten und in den Nationalparks, Wäldern und Stränden darf seit Juni 2020 kein Einwegplastik verwendet werden.

[Hier zum Artikel](#)



- 4 -

Vielseitiger Eventkalender

Veranstaltungen beleben eine Destination und ihre Regionen und bringen sehr gezielt Reisende und Publikum zusammen. In Kenia werden jedes Jahr Events in unterschiedlicher Größe ausgerichtet, dies können Fach-Konferenzen in Nairobi mit mehreren tausend Teilnehmenden sein, oder auch kleine Sportveranstaltungen auf dem Land. Neben den klassischen Sportveranstaltungen wie dem Lewa oder Nairobi Marathon richtet Kenia auch sechs Mountain & Trail Events aus. Die Magical Kenya Golf Open der Männer in Nairobi sind Teil der European Tour, ebenso die Magical Kenya Ladies Open auf dem PGA Platz Vipingo Ridge an der Küste.

[Hier zum Artikel](#)



- 5 -

Magical Kenya Travel Specialist Programm

Die Beratung über dieses vielfältige Land bedarf auch eines umfassenden Wissens. Idealerweise sollten Reiseberater schon einmal nach Kenia gereist sein. Ab Herbst 2025 sollen wieder Inforeisen des Kenya Tourism Boards zusammen mit Partnerfluglinien stattfinden. Um das grundlegende Wissen zur Destination auszubauen, können sich Expedienten in insgesamt 16 Lektionen zum Gold Certified Kenya Travel Specialist ausbilden lassen. Das System ist mehrsprachig, und die Einheiten umfassen nicht nur allgemeine Informationen zur Destination, sondern auch Bausteine zu verschiedenen Reisesegmenten, wie Luxus, Kultur, Vogelbeobachtung, Reiseverläufe, die unterschiedlichen Regionen in Kenia und mehr.

[Hier zum Artikel](#)



Foto: iStock

Die Flugumsätze hinken weiter hinterher

Im April zeigten sich die Reisebüro-Umsätze laut Tats-Reisebürospiegel relativ durchwachsen.

Auch der April hat bei den Flugumsätzen in den Reisebüros keine Wende gebracht. Im Gegenteil. Das zeigt der neue Tats-Reisebürospiegel.

Im Flugbereich lag der Umsatz im April bei minus 7,9 Prozent gegenüber 2024, kumuliert ergab sich ein Minus von 3,8 Prozent. Die Anzahl der Tickets lag im Monatswert 10,2 Prozent im Minus, kumuliert zeigte sich ein Minus von 4,6 Prozent gegenüber dem Vorjahr.

Verglichen mit dem März hat sich die Entwicklung damit weiter verschlechtert. Im Vormonat lag der Umsatzrückgang im Flugbereich bei 2,8 Prozent. Die Zahl der Tickets rangierte mit 1,4 Prozent im Plus.

Deutlich besser sieht es bei den Touristikumsätzen aus. Inklusive Kreuzfahrten schafften es die Reisebüros im April auf ein

deutliches Plus von 25 Prozent. Die Kreuzfahrten allein legten 33,4 Prozent zu. In den ersten vier Monaten zusammen ergab sich ein Zuwachs von 9,5 Prozent in der

Touristik inklusive Kreuzfahrten und von 20,4 Prozent bei den Kreuzfahrten allein. Der fakturierte Gesamtumsatz der im Tats-Reisebürospiegel enthaltenen Reisebüros lag im April 2025 mit plus 2,3 Prozent und kumulierte mit plus 0,7 Prozent über dem Vorjahresumsatz. ⚓



Werde JETZT ein zertifizierter Expert:in

Als Anerkennung für euer Engagement, erhalten alle Teilnehmer:innen nach Abschluss der Aktion ein offizielles Teilnahmezertifikat.

Unter den ersten 50 Teilnehmer:innen, die das E-Learning fehlerfrei absolvieren, wird eine Flasche exklusiven „De Lijn Gin“ – einen Premium-Gins verlost, die eigens für Holland America Line kreiert wurde.



Experten für die große weite Welt



Unvergessliche Reisen zu außergewöhnlichen Zielen



Mit den Alaska-Experten ins ewige Eis



Asien-Kreuzfahrten mit Holland America Line



Südamerika, Antarktis & Amazonas



JOIN
HOLLAND AMERICA LINE

E-LEARNING

CERTIFICATE



Starten mit der morning news
trvlcounter.de/newsletter-bestellen
 Jetzt anmelden!



Foto: Best Reisen

Best-Reisen treibt das Thema Blockchain voran

Das erste virtuelle Communityforum 2025 von Best-Reisen fand am 29. April im Nachgang zur Hauptversammlung statt. Mit einer neuen Kundenansprache erweitert Best-Reisen den Service.

Mehr als 250 Reisebüropartner nahmen an dem Event teil. Bei den Referenten machte Carsten von Hammel, Geo Reisen Cloppenburg, den Anfang, der mit Kundendaten seine Prozesse optimiert und die Bewegungen der Kunden auf seiner Homepage analysiert. Danach folgten Kennzahlen aus dem DRV-Reisebürobarometer 2024, die Analyse von Buchungsdaten mit Travel Data + Analytics und Best-Practice-Beispiele zu Nischenprodukten,

White-Label IBE und Best-Connect aus den Reisebüros.

Ein Höhepunkt war die Live-Demo einer Blockchain-Transaktion auf dem digitalen Travel Token Marktplatz von A3M. Thomas Dillon, Managing Director A3M, spielte gemeinsam mit den Best-Reisen-Vorständen Cornelius Meyer und Frank Winkler den Prozess eines bargeldfreien Vouchertransfers vom Reisebüro über den lokalen Dienstleister bis zum Kunden durch. Wie Best-Reisen gehört

auch A3M zu den Validatoren bei Chain4Travel. Gemeinsam startet im Mai ein Pilotprojekt, an dem über 30 Best-Reisebüropartner teilnehmen werden.

„Wir gehen mit großen Schritten in die Zukunft der Blockchain und freuen uns, dass so viele unserer Reisebüropartner an Bord sind. Die ersten Anwendungsbeispiele sind vielversprechend“, sagte Frank Winkler, CFO bei Best-Reisen. Die Blockchain-Technologie sei ein Game-Changer für den Reisevertrieb. 



Foto: TUI

TUI Franchise startet „Young Stars Academy“

TUI-FRANCHISE Am TUI Campus in Hannover haben sich 20 Nachwuchskräfte aus den Franchise-Reisebüros zur ersten Ausgabe der „Young Stars Academy“ getroffen. Vom Expedienten bis zur Büroleiterin reichte die Bandbreite der Teilnehmer zwischen Anfang 20 und Mitte 30.

Mit einer lockeren Vorstellungsrunde und einem Blick auf den Seminarfahrplan startete das Programm im Zeichen des Kennenlernens. Neben persönlichen Erwartungen und Zielen gab es Impulse zu den Themen Motivation und Führung, vermittelt von Diplom-Psychologin und Trainerin

Andrea Löschorh. Highlight des ersten Tages war ein italienischer Kochkurs am Abend, der Gelegenheit bot, sich in entspannter Atmosphäre noch besser kennenzulernen. Am zweiten Tag tauchten die Teilnehmer mit Insights Discovery in die Welt der individuellen Persönlichkeitsprofile ein.

„Die Young Stars Academy ist ein Herzensprojekt. Es begeistert mich zu sehen, mit wie viel Neugier, Engagement und Teamgeist unsere TUI Franchise-Nachwuchskräfte an den Start gehen“, sagt Ilka Lauenroth, Direktorin Vertrieb & Franchise. Weitere Trainings sollen im Juni in Hannover und im September in Berlin folgen.

Expedienten sammeln mit jeder Buchung Rabatte

Coral Travel & Ferien Touristik wollen mit einer Verkaufsaktion für die Reisebüros die Buchungen ankurbeln. Die Expedienten können mit jeder Buchung einer Pauschalreise Rabatte für den eigenen Urlaub sammeln. Im Aktionszeitraum vom 1. Mai bis zum 30. Juni erhalten Reisebüromitarbeiter für jede neu vermittelte Pauschalreise ein Prozent zusätzlichen Expi-Rabatt auf den ohnehin gültigen Grundrabatt. Je mehr Reisen im Aktionszeitraum verkauft werden, desto höher fällt der persönliche Expi-Rabatt aus. Bis zu 50 Prozent sind möglich. Der gesammelte Rabatt kann für eigene Reisen in den Jahren 2025 oder 2026 eingelöst werden. Pro Buchung gilt der Rabatt nur einmal pro Reisebüro.

B2B-Plattform

Web Beds, der globale Marktplatz für den Vertrieb von Unterkünften und Landtransportleistungen, hat eine Schnittstelle zur Accor Leisure Partner Platform (ALPP) implementiert. Die Technologie ermöglicht eine Echtzeitintegration der Preise, Sonderangebote und Verfügbarkeiten aller Accor-Hotels weltweit.

HX setzt Zeichen für die Bedeutung des Vertriebs

Am vergangenen Wochenende haben mehr als 200 Gäste am bislang größten Sales-Event von HX in der DACH-Region teilgenommen. Reisebüropartner, Tourismusexperten und Medienvertreter konnten in Hamburg die Friedjof Nansen besichtigen. Es war der einzige Anlauf des Schiffs in Hamburg in diesem Jahr. Zu den Höhepunkten des Programms gehörten Präsentationen von HX-CEO Gebhard Rainer, Verena Meraldi (Wissenschaftliche Leiterin bei HX), Tudor Morgan (HX Antarctica Ambassador) und Expeditionsleiter Torstein Gaustad.

„Unsere Vertriebspartner sind ein unverzichtbarer Bestandteil unseres Erfolgs“, betonte Gebhard Rainer. „Events wie diese sind eine hervorragende Gelegenheit, um unsere Partnerschaften zu stärken und gemeinsam die Faszination für echte Expeditionsreisen weiterzutragen.“

In den kommenden Monaten will HX weiter in den persönlichen Austausch mit den Reiseprofis investieren. Auf drei Famtrips erhalten die Reisebüropartner die Gelegenheit, die Expeditionsreisen selbst kennenzulernen, um Kunden künftig noch besser beraten zu können.

Im Mai begleitet Senior Key Account Manager Christian Weiß den Dertour-Famtrip nach Island sowie einen weiteren im Juni mit RTK nach Grönland. Ebenfalls im Juni findet der Famtrip mit Schmetterling unter der Begleitung von Ole Pargmann, Key Account Manager bei HX, nach Grönland statt.



Young Community in den Mittelpunkt

Die QTA will beim nächsten Reisesommer unter anderem den touristischen Nachwuchs in den Mittelpunkt stellen.

Die QTA will beim nächsten Reisesommer am 25. Oktober in Mainz unter anderem den touristischen Nachwuchs in den Mittelpunkt stellen. Mit einem speziell zugeschnittenen Programm richtet sich die Kooperation unter dem Titel „Young Community“ gezielt an Auszubildende, Berufseinsteiger und junge Touristiker.

Das Programm soll Gelegenheit bieten, sich mit Gleichgesinnten und Branchenprofis auszutauschen, Kontakte zu knüpfen und neue Perspektiven auf die Touristik von morgen zu gewinnen.

Im Zentrum stehen Einblicke und kompakte Informationen durch Partner wie Tourism Australia, Cunard, Destination Canada, Ergo Reiseversicherung und Costa Kreuzfahrten.



Foto: iStock

Die Teilnehmer erhalten Zugang zu Kurzvorträgen und werden gezielt an ausgewählte Messestände geführt, um dort direkte Gespräche mit den Ausstellern zu führen.

[Weitere Infos gibt es hier](#)

Der REISESOMMER 2025 im Überblick: Mit 1.500 Teilnehmer:innen, mehr als 130 Ausstellern, Masterclasses, Vorträgen, einer modernen Networking-Atmosphäre und einer Abendveranstaltung zählt der REISESOMMER zu den wichtigsten Events der Touristikbranche.

Internationaler Vertrieb ausgebaut

Flussreisen-Anbieter Viva Cruises baut den internationalen Vertrieb aus. Ivar Fernandez Jensen übernimmt als Head of Sales Nordics die neue Position mit Sitz in Oslo. Jensen bringt Erfahrungen von Royal Caribbean International und Seadream Yacht Club mit. Auch in Großbritannien und Irland sowie in Australien und Neuseeland stärkt der Düsseldorfer Veranstalter seine Präsenz. Michelle Daniels ist mit mehr als 20 Jahren Erfahrung in internationalen und globalen Positionen aktiv und ab sofort für diese Märkte verantwortlich. „Viva Cruises wächst kontinuierlich, wir verstehen uns als internationale Marke“, sagt Geschäftsführerin Andrea Kruse. Mehr als 50 Prozent der Gäste an Bord der Flotte von Viva Cruises kommen aus verschiedenen Ländern Nordeuropas und der gesamten Welt.

Kreuzfahrt rund um die Antarktis

Ponant plant für 2028 eine Premiere. Erstmals wird der Eisbrecher Le Commandant Charcot die Antarktis ganz umrunden. Dabei geht es fast 18.000 Kilometer entlang der Küsten des eisbedeckten Kontinents. Das Schiff wird im Januar 2028 in Ushuaia in Richtung Westen in See stechen. Innerhalb von 30 Tagen fährt es von Argentinien entlang der Westküste durch das Rossmeer bis nach Hobart auf Tasmanien.

Anzeige

Düsseldorf

Touristikprofi für Fernreisen (m/w/d)

WORLDHOUSE
FERNREISEN
BEST OF
TRAVEL GROUP

Du liebst Fernreisen, kennst Dich in der Touristik aus und möchtest außergewöhnliche Reisen für anspruchsvolle Kunden designen?
**Champions League statt "Hauptsache billig",
individuelle Beratung statt Katalogprodukten von der Stange.**



Foto: Aldiana

Neuer Club in Italien eröffnet

Am 1. Mai hat der neue Aldiana Club Rocca Nettuno Calabria offiziell seine Türen geöffnet.

Das Club Resort verfügt über 271 Einzel- und Doppelzimmer sowie Junior Suiten in modernem Design. Viele Zimmer bieten einen Panoramablick auf das Tyrrhenische Meer und den Stromboli. Der historische Ortskern von Tropea ist rund einen Kilometer entfernt, der Flughafen Lamezia Terme liegt in rund 60 Kilometern Entfernung.

Der Aldiana Club Rocca Nettuno Calabria mit einem umfassendem All-inclusive-Angebot richtet sich bewusst an erwachsene Gäste. Kinder sind willkommen, allerdings gibt es keinen Flosse Club mit Kinderbetreuung wie in anderen Aldiana-Resorts.

„Ich freue mich, dass wir mit dem Rocca Nettuno Calabria wieder einen Club in Italien anbieten können“, sagt

Karl J. Pojer, CEO DertourGroup Hotel Division. „Den neuen Club führen wir in Eigentum, bauen somit unser Portfolio strategisch weiter aus und setzen unseren Wachstumskurs fort.“



Mit dem Motorrad durch Tansania und Kenia

Der Spezialveranstalter Motor2Travel hat eine geführte Motorradtour durch Tansania und Kenia aufgelegt. Die Reise führt in 15 Tagen von Arusha in Tansania durch die Pare- und Usambara-Berge, vorbei am Kilimandscharo, hinein in den Amboseli-Nationalpark und weiter bis an die Strände von Diani Beach in Kenia. Gefahren wird auf leichten 250-ccm-Enduros. Rund 75 Prozent der Strecke verlaufen abseits asphaltierter Straßen. Während ein Begleitfahrzeug das Gepäck und technisches Equipment trans-



portiert, sorgen ein Guide und ein Mechaniker für Sicherheit und reibungslose Abläufe. Die Unterkünfte reichen von komfortablen Lodges über Hotels bis zu Zelt-Camps. Die Reise startet am 10. Oktober.

[Weitere Infos hier.](#)

Cubana will im Herbst in Deutschland starten

Die kubanische Fluggesellschaft Cubana de Aviación nimmt ab dem 26. November wieder einen regelmäßigen Flugbetrieb zwischen Deutschland und Kuba auf. Der Flugplan sieht vor, dass die Maschine mittwochs von Frankfurt nach Holguín und anschließend nach Havanna fliegt. Zusätzlich startet die Airline samstags von Frankfurt direkt nach Havanna. Die Flüge werden mit einem Airbus A330-200 durchgeführt, der im Wetlease mit der spanischen Fluggesellschaft Plus Ultra betrieben wird. Das Flugzeug ist in einer Zweiklassen-Konfiguration mit Economy und Business Class ausgestattet. Cubana kann im BSP auf Q4 (Euroairlines) Dokument ausgestellt und über Amadeus gebucht werden. Die Airline wird in Deutschland von Friends Touristik Marketing in Frankfurt vertreten.

Anzeige

Düsseldorf

- Flugeinkäufer (m/w/d)
- Sachbearbeiter touristischer Produktservice (m/w/d)
- Leiter Linienflug/Service (m/w/d)
- Regionalleiter im Außendienst (m/w/d)
- Service Agent Reisebürosupport (m/w/d)
- Kundenberater im Reiseservice (m/w/d)
- Reiseverkäufer für uns Online-Reisebüro (m/w/d)
- Kundenberater im 24h-Reiseservice (m/w/d)

alltours



Werden Sie ein Teil von alltours!

JETZT BEWERBEN





Foto: TUI Travel Star

TUI Travel Star feiert 25. Jubiläum mit Rekord

280 Teilnehmer haben auf der ausgebuchten Tagung im Grecotel Luxme Kos Imperial das 25. Jubiläum von TUI Travel Star gefeiert.

Mit einem Rekordergebnis von 555 Millionen Euro vermitteltem Gesamtumsatz im Geschäftsjahr 2023/24 gab es für die Kooperation allen Grund zum Feiern. Aktuell gehören rund 300 Partner zu TUI Travel Star. „Wir sind eine großartige Familie“, freute sich Geschäftsführer Klaus Wilmsmeier. „Wo kommen schon mehr als die Hälfte aller Mitglieder zu einer Jahrestagung?“

Die Unabhängigkeit der Reisebüros und gleichzeitig den hohen Stellenwert der Kooperation für TUI hoben auch Benjamin Jacobi, Vorsitzender der Geschäftsführung von TUI Deutschland, und Vertriebsdirektorin Ilka Lauenroth hervor.

„Wir sind sehr glücklich, die Kooperation so zu haben, wie sie ist“, so Jacobi, die für die Reisebüropartner eine Überraschung im Gepäck hatte. Die Reisebüros erhalten Zugang zu dem bislang für den Eigenvertrieb vorbehaltenen TUI

Learning Lab, in dem allein Webinare mit einem Gegenwert von mehr als 8.000 Euro abrufbar sind.

Trotz der guten Umsätze und guter Stimmung fand Beirat Guido Riedel auch mahnende Worte: Die Partner und die Kooperation müssten sich dringender als je zuvor den Themen Überalterung und Fachkräftemangel stellen.

An TUI richtete er den Wunsch nach höheren Stornoprovisionen, Vereinfachungen bei der Buchungstechnik und im Sinne der gemeinsamen Kunden mehr persönliche Betreuung zumindest in den hochfrequentierten Destinationen. Traditionell wurden am Abschlussabend die Top-12 des Starclubs ausgezeichnet. Der diesjährige Champion heißt Annette Eilers von der Reise-lounge Eilers in Ballrechten-Dottingen. Gemeinsam mit elf weiteren Siegern geht es auf die Champion-Reise in den Robinson Club Nam Hoi An in Vietnam.

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

HIER LESEN



SCAN ME



AB 2025 ERSCHEINT DAS NEUE „TRVL COUNTER DIGITAL“ ALLE 14 TAGE AM FREITAG UND STEHT SOFORT ALS DOWNLOAD ZUR VERFÜGUNG. DAS BESONDERE: EIN OPULENTER MAGAZINLOOK, GROSSE BILDSTRECKEN, NEWS, PORTRÄTS UND INTERVIEWS. [HIER GRATIS BESTELLEN UND LESEN!](#)

Starten mit der morning news
trvlcounter.de/newsletter-bestellen
Jetzt anmelden!



Kreuzfahrten für 2026/27 buchbar

Star Clippers gibt die Karibik-Kreuzfahrten für die Winter-Saison 2026/27 an Bord der Viermaster Star Clipper und Star Flyer sowie des Fünf-Mast-Vollschiffes Royal Clipper zur Buchung frei. Wegen der hohen Nachfrage nach Kreuzfahrten unter Segeln, legt die Reederei neue Reisen ab Grenada und Antigua auf. Zudem stehen jeweils einwöchige Routen ab/bis St. Maarten zu den Treasure- und Leeward-Islands sowie zusätzlich ab/bis Barbados zu den Windward-Inseln und den Grenadinen im Programm. Alle Reisen können jeweils zu einer 14-tägigen Kreuzfahrt kombiniert werden. Die drei Großsegler der Reederei sind in der Karibik abseits der Kreuzfahrt-Rennstrecken unterwegs und steuern kleine Inseln wie Jost van Dyke oder abgelegene Buchten an.



Neues Schiff in 2025

Zur Saison 2025 sticht ein neues Expeditionsschiff für G Adventures in See und ersetzt die Expedition. Es bietet Platz für 128 Passagiere, zur Ausstattung gehören auch ein Restaurant, eine Bar, eine Präsentationslounge, eine Bibliothek, ein Fitnessbereich, ein Sonnendeck und Whirlpools im Außenbereich. Nach einer umfassenden Modernisierung, einschließlich neuer Motoren, soll das Schiff deutlich treibstoffeffizienter als sein Vorgänger sein. Der erste Einsatz für G Adventures ist für Oktober geplant.

Das ist die Weltreise 2027

Princess Cruises präsentiert eine 129 Nächte-Weltreise.

An Bord der Coral Princess erwarten die Passagiere 61 Ziele in 20 Ländern auf drei Kontinenten und damit mehr Stationen als bei jeder anderen Weltkreuzfahrt der Reederei.

Die Route führt zunächst durch den Panamakanal, entlang der mexikanischen Westküste nach Los Angeles und weiter zu den Hawaii-Inseln. Von dort aus geht es in den Südpazifik, wo Samoa, Fidschi und Vanuatu angelauten werden. Es folgen Aufenthalte in Australien und Neuseeland ehe die Coral Princess Südostasien ansteuert.

Dort sind Aufenthalte in Indonesien, Thailand und Hongkong geplant. Auf dem weiteren Weg nach Norden steuert das Schiff die japanischen Häfen Okinawa und Osaka sowie verschiedene Ziele in Alaska an, ehe es über einen



Foto: Princess Cruises

Stopp in Vancouver schließlich wieder Los Angeles erreicht.

Reisende, die nur einen Teilabschnitt erleben wollen, können aus kürzeren Fahrten von vier bis 68 Nächten wählen, die in Auckland, Hongkong, Honolulu, Singapur, Sydney, Tokio oder Vancouver beginnen. Gäste, die sich für

eine der langen Versionen der Grand Circle Pacific Voyage entscheiden (110 bis 129 Nächte) und diese bis zum 3. Oktober 2025 buchen, erhalten je nach Kabinenkategorie ein Bordguthaben von bis zu 1.500 US-Dollar pro Person sowie kostenloses WLAN an Bord. ⚓

Sun Express erhöht Frequenzen nach Antalya

Sun Express erweitert den Sommerflugplan und fügt aufgrund der großen Nachfrage zusätzliche Frequenzen nach Antalya von zehn Abflughäfen in Deutschland und Österreich hinzu. Dadurch erhöht sich das Flugangebot an die türkische Riviera um rund 450.000 Sitzplätze. Die zusätzlichen Flüge ab Saarbrücken und Stuttgart gibt es bereits ab Pfingsten und an den anderen Flughäfen ab Juli. Sie sind ab sofort buchbar. Jeweils drei zusätzliche wöchentliche Frequenzen gibt es ab Berlin, Erfurt und Hamburg. Zwei zusätzliche Flüge pro Woche stehen in Dortmund, Düsseldorf, Münster/Osnabrück, Paderborn, Saarbrücken, Stuttgart und Wien zur Verfügung. Die zusätzlichen Frequenzen gelten bis in den Oktober.

Stena Line investiert

Stena Line hat in diesem Frühjahr einen Millionenbetrag in die Erneuerung der Schiffskabinen auf der Route Kiel nach Göteborg investiert. Auf der Stena Scandinavica wurden 191 der knapp 500 Kabinen erneuert, sowie 177 auf der Stena Germanica. Den Präferenzen der Kunden entsprechend wurde die Zahl der Dreibettkabinen auf beiden Schiffen erhöht. Die Kabinenräume als auch die Badezimmer haben ein neues Interieur, mehr Komfort und einen höheren Standard erhalten.

Anzeige

Berlin

Flug-Profi für unser Flug-Team (w/m/d)



Für unsere dreiköpfige Flugabteilung suchen wir ab sofort in Voll- oder Teilzeit (mind. 30 h/Woche) Verstärkung.



Verbände fordern Staatssekretär für Tourismus

Der ASR und der Deutsche Tourismusverband (DTV) fordern von der neuen Bundesregierung die Ernennung eines Staatssekretärs für Tourismus. Der ASR begrüßt ausdrücklich, dass trotz zahlreicher Streichungen von Beauftragten und Koordinatoren der Bundesregierung der Koordinator für Tourismus offensichtlich erhalten bleibt. „Das ist ein wichtiges Signal für unsere Branche. Dennoch braucht es mehr“, sagt Präsidentin Anke Budde. Ein Staatssekretär für Tourismus sei unerlässlich, um der wirtschaftlichen Bedeutung des Tourismus gerecht zu werden.

Die Bedeutung des Tourismus als eine Leitökonomie müsse stärker in der Bundesregierung verankert werden, fordert DTV-Präsident Reinhard Meyer. „Als Querschnittsbranche ist der Tourismus auf eine starke Koordinierung zwischen den Bundesressorts angewiesen. Für diese komplexe Aufgabe braucht es einen Staatssekretär oder eine Staatssekretärin für Tourismus mit eigenem Personalstab und Etat.“

Der ASR unterstützt zudem den jüngsten Appell des DTV, den Vorsitz des Tourismusausschusses nicht mit einem AfD-Abgeordneten zu besetzen. „Der Vorsitz muss in die Hände eines sachverständigen Abgeordneten einer demokratischen Partei gelegt werden“, fordert Budde. Eine Übernahme des Vorsitzes durch eine rechtsextreme Partei wäre aus ihrer Sicht ein fatales innenpolitisches Signal.

Berlin erstellt Klima-Roadmap für den Tourismus

Berlin will Maßstäbe im nachhaltigen Städtetourismus setzen und entwickelt eine umfassende Klima-Roadmap für den Tourismus.

Als erste deutsche Großstadt entwickelt die Hauptstadt eine umfassende Klima-Roadmap für den Tourismus. Gefördert durch den Berliner Senat wird Visit Berlin einen Plan für eine klimafreundliche Entwicklung im Berlin-Tourismus und in der Kongressbranche erarbeiten.

Die neue Klima-Roadmap soll als strategischer Leitfaden für die Tourismus- und Veranstaltungswirtschaft dienen und konkrete Wege aufzeigen, wie die Tourismus-Branche zur Klimaneutralität Berlins bis spätestens 2045 beitragen kann. „Berlin zählt schon jetzt laut Global Destination Sustainability Index zu den Top 5 der nachhaltigsten



Foto: iStock

Metropolen weltweit“, sagt Wirtschaftsministerin Franziska Giffey. „Mit der Klima-Roadmap für den Tourismus wird nun eine umfassende Datenlage geschaffen und eine Strategie erarbeitet, um in allen Aspekten eines Berlin-Besuchs - von der Hotelübernachtung bis

zur Abreise - noch nachhaltiger zu werden.“ Visit Berlin entwickelt die Klima-Roadmap als gemeinschaftliches Projekt mit Partnern aus der Berliner Tourismus- und Veranstaltungswirtschaft.

Weitere Infos [gibt es hier](#).

Neuer CCO bei Corendon Airlines

Paul Schwaiger hat bei Corendon Airlines die Position des Chief Commercial Officer (CCO) übernommen. Damit folgt er auf Mile Aslan, die über viele Jahre als CCO für die Ferienfluggesellschaft tätig war. Schwaiger ist mit Corendon Airlines vertraut: Seit März 2024 ist er in beratender Funktion für das Unternehmen tätig und arbeitete in der Zeit schon mit dem Führungstab zusammen. Allerdings ist der erfahrene Airline-Manager, der bereits für den Lufthansa-Konzern, Sun Express, Condor und Marabu in Führungspositionen aktiv war, offenbar nur eine Interimslösung. „Wir freuen uns sehr, dass Paul Schwaiger den Posten des CCO übernimmt“, sagt Corendon-CEO Yildiray Karaer. „In den vergangenen Monaten hat er bereits verschiedene Prozesse und den Vertrieb bei Corendon weiter verbessert.“

Neuer Vorstand

Das Corps Touristique (CT) hat im Rahmen der Jahreshauptversammlung am 6. Mai in Frankfurt den Vorstand neu gewählt. Des Netzwerks internationaler Tourismusvertretungen in Deutschland hat Hanna Kleber mit großer Mehrheit als Präsidentin wiedergewählt. Ebenfalls im Amt bestätigt wurden die beiden Vizepräsidentinnen Antonella Rossi (Italien) und Kerima Nouira (Tunesien). Als Beirat wurde Martin Poh (Niederlande) neu bestellt, zur Schatzmeisterin gewählt wurde Karin Luize (Andorra).

Anzeige

Hamburg

Reisemanager (w/m/d) - Mein Schiff Flotte



FERNWEH? Du liebst das Meer und möchtest unsere Gäste begeistern? Gehöre zu den Besten! Gehe mit uns auf Weltreise und entdecke spannende Destinationen an Bord der besten Kreuzfahrtschiffe der Welt!



Foto: iStock

Galapagos-Event in Frankfurt

Seit Januar 2025 ist der Spezialveranstalter Galapagos PRO Teil der Lernidee Erlebnisreisen Familie. Jetzt findet am 14. Mai ein besonderes Event für Reisebüros und deren Kunden statt.

Der Spezialveranstalter Galapagos PRO lädt zum großen Kino-Abend in Frankfurt ein, der den einzigartigen Galapagos-Inseln gewidmet ist.

Am 14. Mai 2025 (Mittwoch) um 19 Uhr findet im CineStar Frankfurt Metropolis live und auf großer Leinwand eine Veranstaltung der Galapagos PRO GmbH und der Lernidee Erlebnisreisen GmbH in Kooperation mit der Charles Darwin Foundation statt.

Das Programm:

1. Herausforderungen und Lösungen für die Öko-Systeme der Galapagos-Inseln. Ein Vortrag von Heinke Jäger, Leiterin ökologische Renaturierung Charles Darwin Foundation (Galapagos-Inseln)

2. Was Tourismus auf den Galapagos-Inseln für den Erhalt der Inseln bedeutet und wie man dort am besten nachhaltig reist. Vortrag von Beate Zwermann, Gründerin von Galapagos PRO

3. Galapagos – Hope for the Future, Filmvorführung in englischer Sprache

Der Eintritt ist frei. Die Plätze sind limitiert. Verbindliche Anmeldung erwünscht unter: www.lernidee.de/galapagos-event



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



SCAN ME

AB 2025 ERSCHEINT DAS NEUE „TRVL COUNTER DIGITAL“ ALLE 14 TAGE AM FREITAG UND STEHT SOFORT ALS DOWNLOAD ZUR VERFÜGUNG. **HIER GRATIS BESTELLEN UND LESEN!**

