

EXTRA
QTA REISESOMMER
1300 Expis und Partner
treffen
sich in Mainz
S. 10

TRVL COUNTER *Digital*

WIR SEHEN REISEN MIT ANDEREN AUGEN



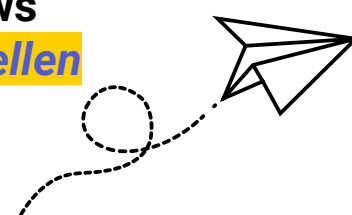
Celebrity übernimmt neues Flaggschiff

Celebrity Cruises hat die Celebrity Xcel offiziell von der Werft übernommen – und zugleich den Namen des nächsten Schiffs verraten: Xcite.

Gebeco
Reisen, die begeistern.

Gebeco Themenjahr –
Von Darjeeling bis Azoren
Weltweite Studienreisen zu den
Ursprüngen und Kulturen des Tees

Mehr Infos
im Webinar
am 25.11.2025



Jean-Marc Göttert
 Chefredakteur

Moin aus Arumgam Bay!

Die Top-News der Branche – direkt aus Sri Lanka.

Zukunft und Wandel zeigen sich dieser Tage in unterschiedlichen Facetten der Touristik: Auf hoher See setzt Celebrity Cruises mit der Übernahme ihres neuen Flaggschiffs Xcel und dem Ausblick auf den nächsten Neubau ein deutliches Zeichen für Wachstum und Markenprofilierung. An Land richtet DER Touristik Group mit einem neuen Vorstandsteam um CEO Christoph Debus den Kurs strategisch neu aus – ein Signal für Dynamik in bewegten Zeiten. Gleichzeitig sucht Mallorca, eine der wichtigsten

Destinationen des europäischen Tourismus, neue Wege: Qualität statt Masse, Diversifizierung statt Einseitigkeit. Und mit Playern wie Reiseveranstalter Coral Travel, die sich gezielt an dieser Transformation beteiligen, zeigt sich: Wandel ist kein Schlagwort, sondern Realität.

Diese Entwicklungen stehen stellvertretend für eine Branche, die nicht abwartet, sondern aktiv gestaltet – mit Investitionen, strategischen Entscheidungen und Mut zu neuen Wegen.

Viel Spaß beim Lesen des Digital! 📖

Inhalt

TOP-NEWS

- 07 Celebrity übernimmt neues Flaggschiff – und verrät Namen fürs nächste
- 10 QTA-Reisesommer 2025: „Es geht nicht um Logos, sondern um Menschen.“
- 12 Alpha regelt Nachfolge – Loidl übergibt an Sawang
- 09 Alltours stellt Sommerprogramm 2026 auf Mega-Famtrip in Side vor

COUNTER

- 13 Hauser Exkursionen stellt Aktivreisen für 2026 vor

- 14 Erste Scharnow-Reise für Expedienten ist online
- 14 Diamir tourt mit Vorträgen und Messeständen durch Herbst und Winter

INTERVIEW

- 15 “Tourismus ist das grüne Öl Angolas: Interview mit Tourismusminister Márcio de Jesus Lopes Danie
- 17 **JOBS: Der Stellenmarkt:**
- 18 MSC World Asia mit größtem Yacht Club der Flotte
- 18 Impressum

DAS NEUE QUARTERLY JETZT LESEN!

**DIE SEPTEMBERAUSGABE HIER
 GRATIS HERUNTERLADEN**



NEW

**Hier gratis
 herunterladen**

CHECK-IN

Durch das Herz des Deltas

Stille, Wasser, Wildnis – ein Moment Verbundenheit mit der Natur Afrikas. Nach umfassender Renovierung bietet das legendäre Camp im Okavango-Delta nachhaltigen Komfort und authentische Naturerlebnisse.

Langsam gleitet das Mokoro, ein traditionelles Einbaumkanu, durch die Wasseradern des Okavango-Deltas – nur wenige Meter entfernt vom neu eröffneten Wilderness Chitabe Camp. Nach einer umfassenden Modernisierung präsentiert sich das ikonische Safari-Camp mit doppelt so großen Gästesuiten, innovativer Kühltechnik und noch stärkerem Fokus auf Nachhaltigkeit.

Ein Alleinstellungsmerkmal des Camps bleibt seine außergewöhnliche Lage. Wilderness Chitabe befindet sich in einer 22.000 Hektar großen privaten Konzession, die an das Moremi-Wildreservat im Südosten des Okavango Deltas sowie den Gomoti-Kanal und den Santantadibe-Fluss grenzt.

Eingebettet in eine 22.000 Hektar große Konzession mit Überschwemmungsebenen, Palmeninseln und dichter Wildnis, eröffnet Chitabe Gästen ein unvergleichliches Naturerlebnis. Die Mokoro-Touren sind ein Herzstück dieser neuen Ausrichtung: nahezu lautlos, geführt von erfahrenen Guides, ermöglichen sie eine entschleunigte, unmittelbare Begegnung mit Flora und Fauna.

Elefanten, Antilopen und Vögel ziehen ungestört vorbei, während die Gäste die Magie des UNESCO-Welterbes in völliger Ruhe auf sich wirken lassen können.



„Jedes Schiff hat neue Standards gestellt“

Celebrity Cruises hat auf der französischen Werft Chantiers de l'Atlantique die Celebrity Xcel in Empfang genommen – und gleichzeitig den Namen des Nachfolger-Schiffs enthüllt. Das fünfte Edge-Klasse-Schiff startet im November in der Karibik, das sechste soll Xcite heißen und 2028 folgen.



Stolze Gesichter: (von links) Jason Liberty, Chef der Muttergesellschaft Royal Caribbean Group, Laura Hodges Bethge, Präsidentin von Celebrity Cruises, und Laurent Castaing, Geschäftsführer der Werft Chantiers de l'Atlantique, präsentierten stolz den Stahlschnitt für die Xcite, das sechste Schiff der Edge-Klasse, das für 2028 geplant ist.



Neue Nachhaltigkeit: Der neue Motor der Celebrity Xcel kann drei Kraftstoffarten verwenden, darunter Methanol. Mitte November bricht sie zu ihrer Debüt-Saison in die Karibik auf. An Bord finden 3.260 Passagiere Platz.



Stahlschnitt: Geladene Gäste, darunter Medienvertreter aus den USA und Deutschland (TRVL COUNTER-Reporterin Iris Quirin 2.v.r.), konnten den Stahlschnitt live verfolgen.

Celebrity Cruises hat auf der französischen Werft Chantiers de l'Atlantique die Celebrity Xcel übernommen. Gleichzeitig gab das Unternehmen den Namen des nächsten Schiffs bekannt: Celebrity Xcite. Die Xcel ist das fünfte Schiff der Edge-Klasse. Bei einer Zeremonie am Mittwoch übergab die Werft das Schiff offiziell an die Reederei. Das sechste Schiff der Serie, die Xcite, soll 2028 fertig werden.

„Jedes Schiff hat neue Standards gesetzt“

„Die Celebrity Xcel ist der nächste mutige Schritt auf unserem Weg, die Art und Weise, wie die Welt Premium-Reisen erlebt, zu verändern“, sagte Jason Liberty, Chef der Muttergesellschaft Royal Caribbean Group. „Jedes Schiff der Edge-Klasse hat neue Standards gesetzt, was auf See möglich ist – durch ein anspruchsvolles Design und Erlebnisse, die die Verbindung zu den besuchten Reisezielen vertiefen.“

Gäste konnten beim Desig mitwirken

„Die Celebrity Xcel wurde von unseren Gästen mit entworfen – wir haben sie durch das Xcel Dream Makers-Programm in den Designprozess einbezogen“, erklärte Laura Hodges Bethge, Präsidentin von Celebrity Cruises. „Daher wissen wir, dass sie für Urlauber aus der ganzen Welt ein Glücksort sein wird. Wir freuen uns sehr, im nächsten Monat die ersten Gäste an Bord begrüßen zu dürfen.“

Laurent Castaing, Geschäftsführer der Werft Chantiers de l'Atlantique, sagte: „Die Celebrity Xcel und die gesamte Edge-Klasse sind das Ergebnis der engen Zusammenarbeit unserer Teams.“



Spektakulär, elegant und unverwechselbar: Der Magic Carpet an Bord der neuen Celebrity Xcite ist ein echtes Signature-Element der Edge-Klasse. Die freischwebende Plattform gleitet entlang der Bordwand und verwandelt sich je nach Tageszeit in eine stilvolle Lounge, exklusive Bar oder besonderes Dinner-Erlebnis mit Panoramablick auf das Meer.

Unsere andauernde Partnerschaft mit der Royal Caribbean Group, die sich in der Celebrity Xcite manifestiert, spiegelt unser gemeinsames Engagement für Exzellenz und Innovation wider.“

Feierliche Übergabe

An der Übergabefeier nahmen über 1600 Crewmitglieder des neuen Schiffs teil. Zur Zeremonie gehörten eine Unterzeichnung, ein Flaggenwechsel an Bord und ein Anstoßen in der dreistöckigen Grand Plaza des Schiffs.

Die „Celebrity Xcel“ wird Mitte November mit sieben neuen Bereichen

in Betrieb gehen. Diese sollen mehr Möglichkeiten zur Erholung und Erkundung bieten.

Baubeginn für Celebrity Xcite

Parallel zur Übergabe begann der Bau der Celebrity Xcite mit einem symbolischen Stahlschnitt. Das sechste Schiff der Edge-Klasse soll die Erlebnisse der Schwesterschiffe weiter ausbauen.

Routen in Karibik und Europa geplant

Die Xcel startet Mitte November ihre erste Saison in der Karibik. Den Winter über bietet sie ab Fort Lauderdale sonn-

tags achttägige Kreuzfahrten an. Die Routen führen nach Mexiko, zu den Bahamas und den Cayman Islands sowie in die Dominikanische Republik, nach St. Thomas und St. Maarten.

Im Sommer 2026 wechselt das Schiff ins Mittelmeer. Von Barcelona und Athen aus sind acht- bis zwöftägige Reisen geplant. Zusätzlich werden Kreuzfahrten nach Madeira angeboten - mit einem Übernachtungsaufenthalt auf der Atlantikinsel.

Weitere Informationen unter <https://www.celebritycruises.com/>



Markante Wahrzeichen: Zwei silberne Affen, wobei ein größerer den kleineren hält, zieren als Kunstwerke das Pooldeck der Celebrity Xcel.



Beliebte Außenfläche: Das offene Hauptdeck verfügt über einen riesigen, grün bepflanzten „Rooftop Garden“ mit vielen gemütlichen Sitzbereichen.



Große Zeremonie: An der Übergabefeier der Celebrity Xcel am 23. Oktober nahmen über 1.600 Crewmitglieder des neuen Schiffs, Verantwortliche und Mitarbeiter von Chantiers de l'Atlantique und Medienvertreter teil. Zur Übergabe-Zeremonie gehörten eine Unterzeichnung, ein Flaggenwechsel an Bord und ein Anstoßen mit Champagner in der dreistöckigen Grand Plaza des Schiffs mit der berühmten Martini-Bar im Zentrum (rechtes Foto).



Ein Ort für stilvolle Begegnungen: Die elegante Martini Bar wird zum Herzstück des Atriums und lädt Gäste des neuen Celebrity-Flagschiffs zu Signature-Drinks, Show-Mixology und entspannten Abenden auf See ein. Ein Highlight für Genießer mit Blick auf das offene Meer.



Der Grieche Kyriakos Matragkas (links), liebevoll „Captain Kirk“ genannt, übernimmt das Ruder auf der Celebrity Xcel, dem fünften Schiff der Edge-Klasse.



Spektakulär: Der Magic Carpet schwebt entlang der Bordwand über dem Meer. Die Plattform dient je nach Tageszeit als Lounge, Bar oder Restaurant.



Markant ist jetzt das orange X im Schiffsnamen farblich passend zum ikonischen Magic Carpet.



Was die neue Celebrity Xcel zu bieten hat

Das fünfte Schiff der preisgekrönten Edge-Klasse von Celebrity Cruises wird am 18. November 2025 erstmals in See stechen.

Das fünfte Schiff der preisgekrönten Edge-Klasse wird alle innovativen Erlebnisse wie ihre Schwesterschiffe bieten – unter anderem den Magic Carpet, die freischwebende Plattform an der Steuerbordseite. Die Xcel wird darüber hinaus weitere einzigartige Annehmlichkeiten für einen unvergleichlichen Premium-Urlaub auf hoher See bereit halten.

„Mit jedem neuen Schiff machen wir einen großen Schritt auf unserem Weg zur Klima-Neutralität. Mit der Xcel bauen wir unser erstes Methanol-fähiges Schiff, was uns dabei hilft, unseren Übergang

zu Antriebsformen der Zukunft voranzutreiben“, betont Jason Liberty, Präsident und CEO der Royal Caribbean Group.

Erstes Methanol-fähiges Celebrity-Schiff

Der neue Motor der Celebrity Xcel wird die Möglichkeit bieten, drei Kraftstoffarten, einschließlich Methanol, zu verwenden – eine Premiere für das Unternehmen. Die Celebrity Xcel wird in der französischen Werft Chantiers de l'Atlantique in Saint-Nazaire gebaut und wird im November 2025 ihr Debüt in der Karibik geben.

Die achttägigen Kreuzfahrten starten sonntags ab Fort Lauderdale. Eine Route führt unter anderem nach Puerto Plata (Dominikanische Republik), Charlotte Amalie (Saint Thomas/Amerikanische Jungferninseln) sowie nach Philipsburg, dem Hauptort von Sint Maarten. Auf einer anderen Route reisen Gäste nach Bimini (Bahamas), Cozumel (Mexiko) und George Town, Hauptstadt der Cayman Islands. Die Kreuzfahrten sind buchbar.

Im Sommer 2026 erstmals in Europa

Die erste Transatlantik-Reise der Celebrity Xcel

startet am 26. April 2026 in Fort Lauderdale und führt über Bermuda, Ponta Delgada (Azoren), Lissabon und Palma de Mallorca nach Barcelona.

Die Celebrity Xcel wird ab Mai 2026 die erste Saison in Europa absolvieren und dabei Ziele im östlichen und westlichen Mittelmeer anlaufen, darunter Ziele in Spanien, Frankreich, Italien, Malta, Griechenland und der Türkei. Auch Portugal, Madeira und Marokko stehen auf dem Programm. Angeboten werden acht- bis zwölftägige Kreuzfahrten ab Barcelona und Piräus (Athen).

Die europäische Debüt-Saison beginnt am 11. Mai 2026 mit einer elftägigen Kreuzfahrt ab/bis Barcelona. Gäste können sich auf Stopps in Cádiz (Sevilla), Lissabon, Funchal (Madeira), Tanger (Marokko) und Palma freuen. Den Sommer über wird diese Strecke insgesamt viermal angeboten, jeweils mit Overnight Stay in Funchal.

> Hier geht es zum [Video zur Celebrity Xcel](#)





Einzigartige Unterkünfte: Statt einer klassischen Außenkabine bieten die Schiffe der Edge-Klasse auch Kabinen mit einer „Infinite Veranda“. Diese verfügen über einen innenliegenden Balkon mit bodentiefer, verglaster Front. Der Balkon entsteht erst, wenn man das breite Fenster per Knopfdruck senkt. Das hat unter anderem den Vorteil, dass die Kabine auch bei schlechtem Wetter mit einem dann voll verglasten Balkon aufwarten kann, einer Art Wintergarten auf hoher See.



Exklusiv für Suiten-Gäste: „The Retreat“, ein außergewöhnlicher Resort-im-Resort-Bereich für Suiten-Gäste, bietet das ultimative Luxusgefühl. Zu den exklusiven Bereichen gehören das Sonnendeck samt Pool, Whirlpools, eine Lounge und das Gourmet-Restaurant Luminae, dessen Menüs von Sternekoch Daniel Boulud erschaffen wurden. Im Retreat gibt es ausschließlich edel ausgestattete Suiten, alle mit eigenem Balkon. Die Größen der Suiten reichen von 34 Quadratmeter Wohnfläche (Sky Suite) über 69 Quadratmeter (Edge Villa) bis hin zur 175 Quadratmeter großen Iconic Suite.



„Sunset Bar“ verläuft über mehrere Ebenen: Einer der Höhepunkte ist die offene „Sunset Bar“, die sich terrassenartig auf mehreren Ebenen erstreckt und das Heck des Schiffes neu definiert. Überall laden lauschige Sitznischen und abgeschiedene Cabanas zum Verweilen ein.



„Rooftop Garden“ mit freischwebenden Pools: Das offene Hauptdeck verfügt über einen riesigen, grün bepflanzten „Rooftop Garden“ mit vielen gemütlichen Sitzbereichen und (schattigen) Lounge-Sesseln. Auf einigen Schiffen gibt es hier zudem gläserne, freischwebende Süßwasser-Pools, die seitlich über die Bordwand hinausragen.



Mit dem Magic Carpet über dem Meer schweben: Eine Besonderheit der Schiffe der Edge-Klasse ist der Magic Carpet, die freischwebende Plattform an der Steuerbordseite. Sie hat die Größe eines Tennisplatzes und wechselt je nach Tageszeit ihre Verwendung. Tagsüber sorgt die Plattform am Resort Deck für zusätzlichen Platz und eine großzügige Bar. Zum Sonnenuntergang dient der Magic Carpet als Sundowner-Fläche, abends als Erweiterung eines Spezialitätenrestaurants – der Passagier schwebt dabei immer direkt über dem Meer. Der Magic Carpet wird zudem als Tender-Lounge genutzt.



Unser Service für Expis:

PEP-Reisen: Ab sofort können Expis auf Celebrity Central mit unseren PEP-Raten ihre private Celebrity-Kreuzfahrt buchen.

Neue Facebook-Gruppe für Expis: In der geschlossenen Gruppe CelebrityExpi stellen wir regelmäßig News über Schiffe, Routen und aktuelle Angebote online und geben Buchungswettbewerbe sowie Gewinnspiele für den Counter bekannt – das alles speziell auf den deutschsprachigen Markt abgestimmt und in deutscher Sprache.

[Anmeldung hier](#)

Celebrity Central: Auf der Partner-Plattform www.CelebrityCentral.de, finden Reisebüros alles, was Sie für den Verkauf benötigen. [Anmeldung](#)



Foto: QTA/rtk

„Es geht nicht um Logos, sondern um Menschen.“

Die Halle 45 in Mainz war gesern am Samstag fest in touristischer Hand: Über 1.300 Fachbesucherinnen und Fachbesucher kamen zum zweiten QTA Reisesommer und machten die Veranstaltung erneut zum größten Vertriebs-Event des Jahres.

Der QTA Reisesommer ist längst kein Experiment mehr, sondern ein Fixpunkt im touristischen Kalender geworden. Mehr als 1.300 Fachbesucherinnen und Fachbesucher, über 120 Aussteller und ein Wachstum von mehr als 30 Prozent gegenüber dem Vorjahr zei-

gen: Die Branche will sich treffen, austauschen, vernetzen. Und sie will Zukunft aktiv gestalten.

Während andernorts oft die Unterschiede zwischen Kooperationen, Gruppen oder Vertriebsstrukturen betont werden, stand in Mainz etwas anderes

im Mittelpunkt: das Gemeinsame. QTA-Sprecher Thomas Bösl brachte es auf den Punkt: „Es geht nicht um Logos, sondern um Menschen, Ideen und die gemeinsame Zukunft des Reisevertriebs.“

Rund ein Drittel der teilnehmenden Reisebüros gehören

nicht zur QTA. „Es freut mich besonders, dass die ganze Branche zusammengekommen ist, um miteinander und nicht übereinander zu sprechen“, so Bösl in seiner Begrüßung.

Die Veranstaltung zeigte eindrucksvoll, wie sich Fachkongress, Messe und Networking

QTA-Geschäftsführung beim Reisesommer 2025:

Die gesamte Geschäftsführung der QTA präsentierte sich in Mainz geschlossen und selbstbewusst – als Gastgeber eines Branchenevents, das Dialog, Strategie und Gemeinschaft in den Mittelpunkt stellt.

zu einem lebendigen Branchentreff verbinden lassen.

Die Themen waren ebenso zukunftsweisend wie aktuell: Künstliche Intelligenz im Vertrieb, neue Nachhaltigkeitsansätze und die Frage, wie die Branche Nachwuchs gewinnt und hält. Dass neben der Branche auch die Politik Flagge zeigte – mit Ministerpräsident Alexander Schweitzer, DRV-Präsident Albin Loidl und BTW-Präsident Sören Hartmann – verlieh dem Event zusätzliche Strahlkraft.

Erster Auftritt des neuen DRV-Präsidenten

Loidl nutzte seinen ersten öffentlichen Auftritt als DRV-Präsident, um an die Bedeutung staatlicher Unterstützung in Krisenzeiten zu erinnern: „Ohne die Überbrückungshilfen würde es die Branche in dieser Form heute nicht mehr geben.“ Loidl: „Die Abgaben müssen sinken, für einen fairen Preis, damit sich weiterhin alle einen Urlaub leisten können.“

Zuvor hatte sich bereits Thomas Bösl an den Ministerpräsidenten gerichtet und die-sen gebeten, sich auf politischer Ebene für die Senkung der Luftverkehrssteuer einzusetzen. „Wir wollen wettbewerbsfähig blei-

ben“, so Thomas Bösl. Und Sören Hartmann brach eine Lanze für die aktuelle Koalition: „Es gab noch nie eine Regierung, in deren Koalitionsvertrag so viele touristische Punkte aufgenommen wurden.“

Ein Branchentreff mit Haltung

Der Reisesommer ist aber mehr als ein Event. Er ist Ausdruck einer neuen Selbstverständlichkeit: einer Branche, die ihre Zukunft nicht delegiert, sondern selbst gestaltet. Die offenen Formate, praxisnahen Masterclasses und das starke internationale Partnernetz, allen voran Destination Canada, unterstreichen diesen Anspruch.

Auch emotional setzte die Veranstaltung Akzente: Begegnungen, Inspiration, Musik – ein Gemeinschaftsgefühl, das gerade in herausfordernden Zeiten trägt. „Das, was hier entstanden ist, geht über eine Fachveranstaltung hinaus“, resümiert Dennis Conrads, Bereichsleiter Marketing & Einkauf und Initiator des Reisesommers.

Der QTA Reisesommer zeigt, was möglich ist, wenn eine Branche nicht übereinander, sondern miteinander spricht. .

Die nächste Auflage ist bereits in Planung.



Sein erster öffentlicher Auftritt nach der Wahl: DRV-Präsident Albin Loidl setzt in Mainz klare Akzente für die Zukunft des Reisevertriebs – mit Appellen an die Politik, weniger Bürokratie und faire Rahmenbedingungen für die Branche.



Partnerland Kanada: Mit einem aufwendig gestalteten Auftritt und landestypischem Flair präsentierte sich Destination Canada als offizieller Top-Partner des QTA Reisesommers. Fachvorträge, inspirierende Bilder und persönliche Begegnungen machten Lust auf Reisen zwischen Atlantik und Pazifik.



Anke Budde (3. v. re.) in einer Doppelrolle: Die Präsidentin des asr marschierte mit ihren Rheinischen Husaren Mainz bei der Eröffnung des QTA Reisesommers ein.



Keynote: QTA-Sprecher Thomas Bösl eröffnete das Branchenevent mit einem klaren Appell an die gemeinsame Zukunft des Reisevertriebs.



Starker Auftritt: Coral Travel nutzte den Reisesommer zum Feiern mit Partnern und Kollegen.



Foto: Alpha Reisebüro Partner

Alpha regelt Nachfolge – Loidl übergibt an Sawang

Drei Monate nach seinem Start bei Alpha übernimmt Michael Sawang die operative Geschäftsführung. Der gelernte Reiseverkehrskaufmann bringt jede Menge Vertriebserfahrung mit und will die Marke als starken Partner für stationäre Reisebüros weiterentwickeln.

Nach dem Wechsel von Albin Loidl an die Spitze des Deutschen Reiseverbands (DRV) hat Alpha Reisebüro Partner nun die Nachfolge in der operativen Führung geklärt: Michael Sawang übernimmt die Geschäftsführung.

Der 53-Jährige war erst am 1. August 2025 zum Unternehmen gestoßen und hatte zunächst die neu geschaffene Position des Leiters Strategie und Expansion bekleidet. Nun rückt er an die operative Spitze und bildet gemeinsam mit Detlef Schroer, Vertriebsleiter von Schauinsland-Reisen, eine Doppelspitze.

Unter dem Dach von Alpha sind die Franchise-Marken Holiday Land und Schauinsland-Reisen Partner organisiert.

Sawang gilt als erfahrener Touristiker mit ausgeprägtem Vertriebs-Know-how. Er war unter anderem für TUI, Reiseland und Alltours tätig und leitete zuletzt die Alltours Reisecenter mit über 160 angeschlossenen Agenturen. Sein erklärtes Ziel: den stationären Vertrieb stärken, Partnerbüros eng begleiten und die digitale Sichtbarkeit ausbauen. „Ich stehe hinter euch – immer. Dieses Versprechen gilt allen Partnerbüros, unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern sowie dem gesamten Netzwerk“, betonte er zu seinem Amtsantritt. Wichtige Schwerpunkte sieht er in der Nachwuchsförderung und der Begleitung von Nachfolgeregelungen. Die Alpha-Marken vereinen derzeit über 800 Reisebüros.

DAS NEUE QUARTERLY JETZT LESEN!

DIE SOMMERAUSGABE HIER
GRATIS HERUNTERLADEN



Hier herunterladen





Foto: iStock

Hauser Exkursionen stellt über 100 Aktivreisen für 2026 vor

Der Auswahlkatalog des Münchner Trekking-Spezialisten für 2026 enthält über 100 Touren für Genusswanderer, Einsteiger und Aktivreisende.

Mit einem neuen Auswahlkatalog für 2026 präsentiert Hauser Exkursionen, der Trekking-Spezialist aus dem Studiosus-Verbund, über 100 Wander-, Trekking- und Radreisen weltweit. Die 256 Seiten starke Publikation richtet sich vor allem an Genusswanderer und Einsteiger, die Aktivurlaub in kleiner Gruppe schätzen. Enthalten sind 114 Touren in Europa und auf Fernstrecken – insgesamt umfasst das Programm rund 350 Routen in mehr als 80 Ländern.

„Unser neuer Katalog betont das genussvolle Wandern und Radfahren“, sagt Hauser-Chef Manfred Häupl. „Die ausgewählten Reisen sind ideal für Menschen, die sich gerne bewegen, ohne gleich extreme Höhenmeter zu überwinden.“ Für Reisebüros eigne sich

der Katalog als praktisches Beratungsinstrument. Alle Reisen werden in kleinen Gruppen mit maximal zwölf Teilnehmern und deutschsprachiger Reiseleitung durchgeführt.

Der Europateil des Katalogs umfasst 38 Touren. Stark vertreten ist Italien: Neu ist eine elftägige Reise durch Umbrien und die Toskana mit täglichen Wanderungen zwischen zwei und sieben Stunden. Weitere Ziele sind Portugal, Spanien (inklusive Inseln), Albanien, Norwegen, Irland und Zypern.

Auf Fernstrecken listet der Katalog 76 Touren – unter anderem nach Marokko, Peru, Vietnam und Nepal. Neben Gruppenreisen gibt es auch Selfguided-Touren sowie Expeditionen und Bergsteigerprogramme. Der Gesamtkatalog ist online abrufbar. [↗](#)

WIR SEHEN REISEN MIT ANDEREN AUGEN.

DAS NEUE DIGITALMAGAZIN.



JETZT. UND ALLE 14 TAGE.



SCAN ME



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



Foto: iStock

Erste Scharnow-Reise für Expedienten ist online

Die Willy Scharnow-Stiftung hat das erste Reiseangebot für 2026 online gestellt. Die Fortbildungsreise führt vom 15. bis 18. Januar in die Schweiz.

Die Willy Scharnow-Stiftung hat das erste Reiseangebot für 2026 online gestellt. Die Fortbildungsreise führt vom 15. bis 18. Januar in die Schweiz.

In Luzern können die Teilnehmer das Lichterfestival erleben und mit der Zahnradbahn auf den Hausberg Pilatus fahren. Eine Führung durch das Verkehrshaus der Schweiz sowie ein Tagesausflug nach Engelberg – Titlis mit Gletschererlebnis und Action im Snow-Xpark runden das Programm ab. Anmeldeschluss ist der 10. November.

Das Studienreisen-Angebot der Willy Scharnow-Stiftung für das kommende Jahr wird wieder Reisen zu den unterschiedlichsten Destinationen umfassen, einschließlich Fluss- & Seereisen. Neue Touren werden sukzessive veröffentlicht.

Wer keine Veröffentlichung verpassen will, sollte [den Newsletter](#) der Stiftung abonnieren und stets den [Studienreise-Kalender](#) im Blick haben.

Weitere Infos zur Schweiz-Reise [gibt es hier](#)

Diamir tourt mit Vorträgen und Messeständen durch Herbst und Winter

Diamir Erlebnisreisen setzt im Herbst und Winter auf eine intensive Präsenz im B2B- und Endkundenbereich. Geplant sind zahlreiche Messeauftritte, Events mit Reisevorträgen und eine begleitende Online-Ausspielung über Livestreams.

Vom 6. bis 8. November finden am Unternehmenssitz Dresden die hauseigenen Globetrottertage mit umfangreichem Vortragsprogramm statt.

Parallel ist der Spezialist vom 7. bis 9. November auf dem Wunderwelten-Festival

in Friedrichshafen vertreten sowie am 8. und 9. November auf der Photo & Adventure in Wien, wo Thomas Mach aus dem Diamir-Team über Reisen nach Südafrika und Georgien spricht.

Weitere Termine folgen vom 14. bis 16. November beim Fernweh Festival in Erlangen. Am 26. November gibt Reiseleiter André Ulbrich in einem Abendvortrag Einblicke in eine Tour nach Indien.

Anfang 2026 setzt Diamir seine Präsenz auf Messen im deutschsprachigen Raum fort – darunter die Reisemesse

Chemnitz (9.–11. Januar), die Ferienmesse Wien (15.–18. Januar), die CMT Stuttgart (17.–25. Januar), die Fespo Zürich (29. Januar–1. Februar), die Reisemesse Dresden (31. Januar–1. Februar), die Free München (18.–22. Februar) sowie die ITB Berlin vom 3. bis 5. März.

Ausgewählte Vorträge der Globetrottertage überträgt der Veranstalter live auf Instagram und auf der Veranstalter-Website. Gezeigt werden Fachvorträge zu verschiedenen Reiseländern aus dem Programm von Diamir,

darunter Ghana, Namibia, die Südsee, Schweden, La Réunion, Uganda, Georgien, Japan, Indonesien und Peru.

[Alle Infos dazu hier.](#)

Vergangene Online-Vorträge können [hier auf dem Youtube-Kanal von Diamir](#) abgerufen werden.

Anzeige

📍 Düsseldorf

- Service Agent Reisebürosupport (m/w/d)
- Kundenberater im Reiseservice (m/w/d)
- Reiseverkäufer für unser Online-Reisebüro (m/w/d)
- Kundenberater im 24h-Reiseservice (m/w/d)

Werden Sie ein Teil von alltours!



JETZT BEWERBEN



N

„Visit Angola – The Rhythm of Life“: Mit diesem Slogan präsentiert sich Angola 2026 erstmals als touristisches Ziel auf der internationalen Bühne. Im Fokus stehen Kultur, Natur, Lebensfreude – und eine klare Strategie: Tourismus als Wachstumsmotor. Tourismusminister Márcio de Jesus Lopes Daniel erklärt im Gespräch mit TRVL Counter, wie Angola sich aufstellt, welche Gäste es ansprechen will – und warum Nachhaltigkeit von Anfang an eine zentrale Rolle spielt.

Herr Minister, was genau steckt hinter dem neuen Markenauftritt „Visit Angola – The Rhythm of Life“? Mit dem Rhythmus wollen wir zeigen, was Angola einzigartig macht. Er steht für unsere Kultur, unsere Musik, unsere Lebensfreude – und die Gastfreundschaft unserer Menschen. Wenn wir Gäste empfangen, begrüßen wir sie tanzend, lachend, mit offenen Armen. Dieser Rhythmus spiegelt sich aber auch in der Natur wider – in unseren Wasserfällen, der Savanne, der Wüste, an der Küste. Es ist Ausdruck eines Landes, das lebt, das seine Energie teilt und sich für die Welt öffnet.



Tourismusminister Márcio de Jesus Lopes Daniel im interview mit TRVL COUNTER in der Botschaft in Berlin

„Tourismus ist das grüne Öl Angolas“

Text | Jean-Marc Göttert

Welche Zielgruppen möchten Sie mit dieser Botschaft ansprechen?
Angola ist kein klassisches Tourismusland – noch nicht. Wir sprechen deshalb gezielt Menschen an, die Abenteuer suchen, Ursprünglichkeit erleben

wollen und neue Wege gehen. Das sind Millennials, Entdecker, Individualreisende. Ein weiterer Schwerpunkt liegt auf der afroamerikanischen Community in den USA und Brasilien. Historisch gesehen stammen mehr als die Hälfte der

versklavten Menschen, die nach Amerika verschleppt wurden, aus Angola. Für viele Nachfahren ist das Land ein Stück ihrer Geschichte. Wir möchten diese Verbindung bewusst aufgreifen und ihnen eine Reise zu ihren Wurzeln ermög-

lichen. Langfristig setzen wir aber auch auf klassische Urlauber. Unsere 1.650 Kilometer Atlantikküste sind spektakulär – weitgehend unberührt und bereit, entdeckt zu werden.

Sie bezeichnen Tourismus als „grünes Öl“. Warum?
Angola war jahrzehntelang vom Erdöl abhängig. Das war unser wirtschaftliches Rückgrat – aber auch unsere größte Verwundbarkeit. Wir wissen, dass wir dieses Modell hinter uns lassen müssen. Tourismus ist unsere große Chance. Er ist sauber, nachhaltig, schafft Arbeitsplätze und Wertschöpfung in Regionen, die bisher kaum wirtschaftlich eingebunden sind. Tourismus ist das „grüne Öl“, das unsere Wirtschaft diversifiziert.

Welche Rolle spielen die Messeauftritte 2026 etwa auf der ITB in Berlin?
Eine sehr zentrale. 2026 wird Angola Gastland auf der CMT Stuttgart – einer der größten Publikumsmesse für Tourismus weltweit – und Gastland auf der ITB Berlin, der führenden Fachmesse der Branche. Die ITB ist so etwas wie das Mekka der weltweiten Reiseindustrie. In Stuttgart wollen wir die Menschen emotional abholen. Tänzerinnen und Tänzer bringen Kizomba, unsere traditionelle Musik und Lebensfreude, direkt nach Deutschland. Der Messestand selbst wird ein Erlebnis: Grün steht für die Natur, Blau für unsere Küste und Wasserfälle, Braun für die Weite der Wüsten und Berge, Rot für Lebensfreude und Kulinarik. Auf der ITB Berlin werden wir – passend zum 60. Jubiläum der Messe – zeigen, dass Angola bereit ist für den internationalen Touris-

musmarkt. Mit starken Partnern, Investoren und Tourismusorganisationen positionieren wir unser Land als sicheres, authentisches und lebendiges Reiseziel.

Was sind die größten Herausforderungen auf diesem Weg?

Ganz klar: Infrastruktur, Finanzierung und Fachkräfte. Wenn wir internationale Gäste empfangen wollen, brauchen wir funktionierende Straßen, Flughäfen, Energieversorgung und Wassersysteme. Diese Basis schaffen wir derzeit schrittweise. Gleichzeitig müssen Investoren verlässliche Rahmenbedingungen vorfinden. Das bedeutet klare Strukturen, Sicherheit und Anreize. Und nicht zuletzt: Menschen. Wir müssen

»Tourismus ist das grüne Öl, das unsere Wirtschaft diversifiziert.«

Angolanerinnen und Angolaner gezielt für die Branche ausbilden – als Guides, Hotelmitarbeiter, Servicekräfte. Dafür haben wir Capacita Tourism ins Leben gerufen – ein Programm zur gezielten Qualifizierung.

Sprache ist auch ein Thema, denn Angola als ehemalige Kolonie ist heute noch portugiesischsprachig. Wie gehen Sie damit um?

Englisch ist die Sprache des internationalen Tourismus. Deshalb investieren wir massiv in Sprachtrainings. Wir brauchen Guides, die Englisch fließend



sprechen – und mittelfristig auch Deutsch, Französisch oder Spanisch. Das ist eine große, aber lösbare Herausforderung.

Wie wichtig ist die Zusammenarbeit mit den Nachbarländern?

Sehr wichtig. Konkurrenzdenken war gestern. Afrika kann nur gemeinsam stark auftreten. Mit Sambia haben wir bereits erste B2B-Formate gestartet: Safari und Strand in einer Reise. Mit Namibia bereiten wir ähnliche Kooperationen vor. Besonders spannend ist das Kaza-Projekt – ein grenzüberschreitendes Schutzgebiet rund um den Okavango und den Sambesi. Hier entsteht eine gemeinsame Marke, die es Touristen

erlaubt, mehrere Länder mit einem Visum zu bereisen. Das ist gelebte Zusammenarbeit.

Angola positioniert sich bewusst als nachhaltige Destination. Wie setzen Sie das um?

Wir haben einen Vorteil: Wir stehen am Anfang. Wir müssen keine Fehler aus der Vergangenheit korrigieren, sondern können von Beginn an auf nachhaltige Entwicklung setzen. Jede Investition, jedes Projekt wird an Masterplänen gemessen, die ökologische und kulturelle Faktoren berücksichtigen. Unser Ziel ist es, Angola als eine der saubersten Tourismusdestinationen der Welt zu etablieren – im Einklang mit Natur, Men-

schen und Wirtschaft.

Was bedeutet die internationale Sichtbarkeit für Angola?

Sie verändert unser Selbstverständnis. Tourismus schafft Arbeitsplätze, stärkt lokale Gemeinschaften und verändert die Wahrnehmung Angolas nach

» Wir müssen keine Fehler aus der Vergangenheit korrigieren, sondern können von Beginn an auf Nachhaltigkeit setzen.«

außen. Auf den Messen in Stuttgart und Berlin können wir zeigen: Wir sind mehr als ein Öl-Exporteur. Wir sind ein Land voller Energie, Vielfalt und Lebensfreude.

Wo sehen Sie Angola in fünf Jahren?

Ich sehe ein Land mit einer funktionierenden touristischen Infrastruktur, mit starken internationalen Partnerschaften und mit einer neuen Generation gut ausgebildeter Menschen, die stolz im Tourismus arbeiten. Persönlich werde ich dann wahrscheinlich wieder an die Universität zurückkehren und mein Wissen weitergeben. Aber bis dahin wird Angola als Reisedestination fest auf der touristischen Weltkarte stehen. ✎

www.angolatourism.com

Zur Person

Márcio de Jesus Lopes Daniel steht seit März 2024 an der Spitze des neu geschaffenen Tourismusministeriums Angolas – ein klares Signal für die wachsende Bedeutung des Sektors. Der studierte Jurist bringt nicht nur umfangreiche Erfahrung aus der öffentlichen Verwaltung mit, sondern auch akademische Tiefe: Er absolvierte sein Jurastudium an der Katholischen Universität von Angola, forschte an der renommierten Harvard Law School und erwarb einen Masterabschluss in Verwaltungsrecht und öffentlichem Auftragswesen in Lissabon.

Vor seiner Ernennung leitete er das juristische Büro im angolanischen Finanzministerium und war stellvertretender Direktor eines Forschungszentrums in Luanda. Als Dozent unterrichtete er Verfassungs- und Finanzrecht, Themen, die er als Politiker mit Weitsicht verknüpft.

In seiner neuen Rolle will Daniel den Tourismus zu einem strategischen Motor für wirtschaftliche Diversifizierung machen. Dabei setzt er auf Nachhaltigkeit, internationale Partnerschaften und verbesserte Reisebedingungen – etwa durch offene Grenzen, vereinfachte Visa-Verfahren und eine „Open Skies“-Politik. Sein Ziel: Angola als authentisches und attraktives Reiseziel zu positionieren.

Die KLEBER GROUP betreut die Destination Angola als globales Tourism Board.

www.angolatourism.com

JOB

Reisebüro
FABER

REISE DEINE TRÄUME

Kastellaun

Leitung Reisebüro (w/m/d) in

Als Leitung unseres Standortes vereinst du Team, Beratung & Organisation. Außerdem gesucht: Reisexpert*innen in Kastellaun, Birkenfeld/Nahe, Morbach, Oberwesel & Bernkastel.

JOB

DRUMS OF A LIFETIME

GEANREISEN MÜNCHEN

München

Spezialist/in (w/m/d) für hochwertige Reiseberatung

Wir suchen ab sofort oder für 2026 eine/n Spezialist/in (w/m/d) für hochwertige Reiseberatung im Herzen von München und im Homeoffice. Ein Umfeld, in dem Leidenschaft für Reisen und Luxus zusammengehören.

JOB

JOBGESUCHE

Michale Scholz

Senior Sales Manager Touristik/Luxusreisen verfügbar ab 01.11.2025.

Nach über 20 Jahren im Reisebüro, davon viele als Inhaber, und mehr als 5 Jahren im strategischen B2B-Vertrieb, bin ich bereit für den nächsten Schritt: Eine führende Vertriebsrolle im Premiumtourismus, bei einem Unternehmen mit Vision, Gestaltungsfreiheit und Qualitätsanspruch.

JOB

mhs reisen

Stuttgart

Reiseverkehrskauffrau/-mann (m/w/d) in Vollzeit

Reisen sind Ihr Leben und Sie beraten gerne mit Herz und Kompetenz? Dann passen Sie perfekt zu mhs reisen am Ostendplatz in Stuttgart!

JOB

Miller REISEN

Schlier bei Ravensburg

Sales- und Produktmanager (m/w/d).

Wir suchen Wunscherfüller für unser Büro in Schlier bei Ravensburg, die unseren Kunden Ihre individuelle Traumreise verwirklichen. Sie haben bereits persönliche Reiseerfahrungen nach Argentinien, Chile oder Brasilien sammeln können?

JOB

Lufthansa City Center

Reisebüro Nolte

Iserlohn

Tourismuskauuffrau/-mann (m/w/d)

Reisebüro Nolte in Iserlohn sucht ab 01.09.2025 eine(n) Tourismuskauuffrau/-mann (m/w/d) in Voll- oder Teilzeit. Du berätst Kunden, erstellst individuelle Angebote und bearbeitest Buchungen.

JOB

REISEFAHNDER

Martin Fander

www.reisefahnder.de

Lohmar

Tourismuskauuffrau/-mann (m/w/d)

Starte dein neues Abenteuer als Tourismuskauuffrau/-mann (m/w/d) bei REISEFAHNDER! Du bist eine engagierte Persönlichkeit mit Leidenschaft für die Kundenberatung und fürs Reisen? Dann erwartet dich ein innovatives Arbeitsumfeld und ein herzliches Team.

JOB

REISELAND

URLAUB IST UNSERE LEIDENSCHAFT

Landau an der Isar, Schweinfurt, Konstanz, Halle HEP oder Landstuhl

Tourismus-Profis gesucht!

Werde zum Wegweiser unvergesslicher Erlebnisse. Mit begeisternder Beratung, echtem Teamspirit und Top-Benefits.

JOB

Reiseparadies

www.reiseparadies-ka.de

Tel. 0721 / 550922

Rheinstrasse 6

76185 Karlsruhe

Karlsruhe

Touristikkauffrau/-mann m/w/d ab sofort

Für unser seit 35 Jahren bestehendes Reisebüro mit vielen Stammkunden suchen wir tatkräftige Unterstützung in Teilzeit (mind. 20 Std./Woche) oder Vollzeit.

JOB

SCHARFF REISEBÜRO

Speicher

Reiseverkehrskauffrau/mann (m/w/d) Voll-/Teilzeit

Sie haben Lust auf eine berufliche Veränderung oder Ihre Ausbildung erfolgreich absolviert und suchen eine neue Herausforderung? Wir suchen an unserem Stammsitz in Speicher Verstärkung für unser Verkaufsteam.

MSC World Asia mit größtem Yacht Club der Flotte

Im Dezember 2026 feiert MSC Cruises mit der MSC World Asia die Indienststellung ihres neuen Flaggschiffs. Das dritte Schiff der World-Class-Baureihe wird das bisher umfangreichste Yacht-Club-Angebot der Reederei bieten: 144 Suiten in sieben Kategorien, darunter erstmals die neue Royal Maisonette-Suite. Die zweistöckige Unterkunft verfügt über 53 Quadratmeter Wohnfläche, zwei Schlafzimmer und einen privaten Balkon mit Whirlpool – ideal für Familien oder Gruppen von bis zu sechs Personen.

Der exklusive Yacht Club erstreckt sich über rund 9.900 Quadratmeter im vorderen Bereich des Schiffs. Dazu gehören ein zweistöckiges Sonnendeck mit Pool und Grillbereich, eine private Panorama-Lounge sowie ein eigenes



Die Top Sail Lounge des MSC Yacht Club - hier auf der MSC World Europa. Foto: MSC Cruises

Restaurant. Gäste genießen Butler- und Concierge-Service rund um die Uhr, bevorzugtes Ein- und Ausschiffen, Zugang zum Thermalbereich des Aurea Spa so-

wie Premium-Getränkepakete und WLAN inklusive.

Die MSC World Asia startet am 4. Dezember 2026 zu 7-Nächte-Routen im westlichen Mittelmeer mit Stopps in Barcelona, Marseille, Messina, Civitavecchia bei Rom und Valletta.

Thematisch greift das Schiff die Vielfalt Asiens auf: Architektur, Kunst und Natur des Kontinents spiegeln sich in sieben Themenwelten wider. An Bord warten über 40 Bars und Restaurants, darunter ein neues pan-asiatisches Spezialitätenrestaurant sowie bekannte Konzepte wie Butcher's Cut und Kaito Sushi & Teppanyaki.

Zur Ausstattung zählen großzügige Familienbereiche, sieben Pools, 13 Whirlpools, Adults-Only-Zonen, ein Spa, ein Fitnessstudio sowie Attraktionen wie die spektakuläre Trockenrutsche „Tree of Life“.

TRVL COUNTER

Wir sehen Reisen mit anderen Augen

Life! Verlag GmbH & Co. KG
Langbehnstr. 10, 22761 Hamburg
www.lifeverlag.de

HERAUSGEBERIN Irena Roth

CHEFREDAKTEUR / VISDP
Jean-Marc Göttert
jean-marc.goettert@trvlcounter.de

LAYOUTKONZEPT
Bruni Davenport

REDAKTIONELLE MITARBEIT
Klaus Göddert, Elena Rudolph, Iris Quirin
redaktion@trvlcounter.de

NEWSLETTER ABONNIEREN
www.trvlcounter.de/newsletter

MARKETING & SALES
Andreas Lentz (Ltg.)
Tel. +49 (40) 38 90 40-24
andreas.lentz@lifeverlag.de

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

Es gilt die Anzeigenpreisliste
Nr. 1/2025, gültig ab den 1.1. 2025
Online: trvlcounter.de/mediadaten
©2025 Life! Verlag GmbH & Co. KG.

FREMDSGELESEN: WAS ANDERE MEDIEN BERICHTEN

Einbruch in Pariser Louvre: Diebe erbeuten Napoleons Juwelen

ZUD HEUTE | Der Pariser Louvre ist das meistbesuchte Museum der Welt. Dort kam es nun zu einem filmreifen Einbruch. Dabei sollen acht Teile von Napoleons Schmucksammlung gestohlen worden sein. [Mehr](#)



US-Pass verliert an globaler Bedeutung

TAGESKARTE | Erstmals seit 20 Jahren ist der Reisepass der Vereinigten Staaten nicht mehr unter den zehn mächtigsten Pässen der Welt. Im aktuellen Henley Passport Index fällt der US-Pass auf den 12. Platz und teilt sich diesen mit Malaysia. Damit setzt sich ein Abwärtstrend fort, während asiatische Länder die Spitze dominieren. [Mehr](#)



Zürich in 14 Stunden: Ein perfekter Tag in der Schweizer Weltstadt

NATIONAL GEOGRAPHIC | Im See schwimmen, durch Galerien streifen, ganz besondere Restaurants und Bars entdecken: In Zürich ist das alles an einem einzigen Tag möglich. [Mehr](#)



Flugmodus oder WLAN: Wie darf ich mein Handy im Flugzeug nutzen?

WATSON | Manche begleitet er täglich zum Abschalten, andere nutzen ihn nur, wenn sie in die Ferne reisen: der Flugmodus. Aber was haben die Handysfunktionen mit modernen Flugreisen zu tun? [Mehr](#)



Nach einem Verlust: Wie Reisen dabei helfen können, Trauer zu verarbeiten

REISEREPORTER | Trauer und Reisen, passt das wirklich zusammen? Ein Therapeut erklärt, wie Abenteuer, Gruppenreisen und andere Kulturen dabei helfen können, einen Verlust zu verarbeiten und neuen Mut zu schöpfen. [Mehr](#)



Unbekanntes Italien: Wie die ersten Deutschen ihr liebstes Urlaubsland entdeckten.

SÜDDEUTSCHE | In der Süddeutschen Zeitung spiegelt sich seit Jahrzehnten die Sehnsucht der Deutschen nach Italien wider - und die Realität des Massentourismus. [Mehr](#)