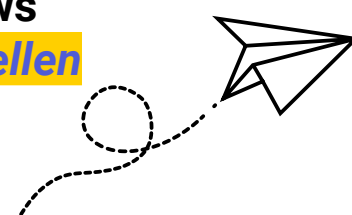


TRVL COUNTER *Digital*

WIR SEHEN REISEN MIT ANDEREN AUGEN

So wird der Urlaub in 2026

TUI setzt für den Sommer 2026 neue Impulse im Familiensegment. Feste Kinderpreise, neue Kids Clubs, mehr Inklusion und großzügigere Zimmer sollen Eltern entlasten und Reisen insgesamt zugänglicher machen.



Jean-Marc Göttert
 Chefredakteur

Moin aus Hamburg!

Die Sommerpräsentationen von TUI und DERTOUR zeigen eine Branche, die sich breiter, individueller und erlebnisorientierter aufstellt als je zuvor.

Dertour wächst in allen Segmenten und setzt auf ein Spektrum, das von Familienurlaub in Monastir bis zu maßgeschneiderten Safari-Erlebnissen in Botswana reicht, während zugleich nachhaltige Angebote und entschleunigte Reiseformen deutlich an Bedeutung gewinnen. TUI startet so früh wie nie in die Saison, erweitert Flug- und Hotelkapazitäten rund ums Mittelmeer und reagiert mit speziellen Programmen für Soloreisende auf neue gesellschaftliche Reisetrends, die sich zunehmend in

Buchungszahlen widerspiegeln. Auf der Fernstrecke prägt die wachsende Nachfrage nach authentischen Naturmomenten, Privatsphäre und Wellbeing das Premiumsegment – ein Trend, den Luxusmarken wie Airtours mit kuratierten Erlebnissen und Boutique-Konzepten konsequent weiterentwickeln. Und insgesamt zeigt sich: Die Reiselust bleibt ungebrochen, getragen von dem Wunsch nach Qualität, Orientierung und inspirierenden Erlebnissen.

Viel Spaß beim Lesen des Digital! 📖

Inhalt

SOMMERPRÄSENTATION

- 06 Früh starten, viel bieten: TUI geht mit Rückenwind in die Sommersaison 2026
- 07 Interview: Airtours-Direktor Steffen Boehnke über den Luxusreisemarkt und die Erwartungen an Erlebnisqualität und Beratung.
- 08 Die Dertour Group setzt im Sommer 2026 auf breite Zielgruppenansprache – mit rund 250 neuen Rundreisen.

TOP-NEWS

- 04 Sunny Cars wächst im November
- 05 Air France weitet La Première aus

DAS NEUE QUARTERLY JETZT LESEN!

DIE SEPTEMBERAUSGABE HIER GRATIS HERUNTERLADEN

NEW



Herz und Haltung

Songül Göktaş-Rosati führt Bentour Reisen in Deutschland mit Haltung, Herzblut und Mut – und steht für Aufbruch und Authentizität. Ein Porträt.

NEUWAHL, NEUSTART?

Die DRV-Wahlen im Oktober entscheiden über mehr als ein neues Gesicht Seite 8

BARFUSS-GLÜCK

Die neuen Luxus-Resorts auf den Malediven kombinieren Design mit Erlebnis Seite 18

EUZFAHRTEN: Entspannt, entschleunigt Seite 70

Hier gratis
 herunterladen

CHECK-IN

Dem Himmel so nah

***Ein neues Hotel-Wahrzeichen
definiert Luxus in Dubai neu.***

Mit seiner imposanten Höhe von 377 Metern und 82 Etagen rückt das Ciel Dubai Marina weit über die Grenzen der Emirate hinaus in den globalen Fokus. Das höchste Hotel der Welt steht nicht nur für architektonische Ambition, sondern für eine neue Erzählung des urbanen Luxus, die Dubais Anspruch als Erlebnis-metropole fortschreibt.

Der Turm, Teil der Vignette Collection von IHG Hotels & Resorts, versteht sich als konzeptionelles Gesamtkunstwerk: Die geschwungene Architektur, die klaren Linien und die reduzierte Materialität erzeugen eine Atmosphäre, die sowohl monumental als auch überraschend intim wirkt. Eindrucksvoll ist der Infinity-Pool auf Ebene 76, an dem sich der Blick scheinbar grenzenlos mit der Skyline verbindet – ein Ort, an dem Licht, Höhe und Raum eine fast skulpturale Wirkung entfalten. Dazu kommen die Tattu-Restaurants und -Lounges, die sich über mehrere Etagen erstrecken und moderne asiatische Kulinarik mit opulenter Ästhetik verbinden.

Insgesamt ist das Ciel Dubai Marina weniger ein klassisches Luxushotel als vielmehr ein Statement über die Zukunft der urbanen Hotellerie: Es erzählt von Mut, von gestalterischer Präzision und vom Wunsch, Reisenden nicht nur Komfort zu bieten, sondern einen Ort, an dem sie ihre Reise – und sich selbst – aus neuen Blickwinkeln erleben können.

<https://www.vignettecollectionhotels.com/cieldubai>

DB und Eurostar stellen Weichen für London-Verbindung

Die Deutsche Bahn und Eurostar gehen den nächsten Schritt auf dem Weg zu einer direkten Hochgeschwindigkeitsverbindung zwischen Deutschland und London. In einer jetzt unterzeichneten Absichtserklärung kündigen beide Unternehmen an, Optionen für ein gemeinsames Fernverkehrsangebot zwischen London und deutschen Großstädten wie Köln und Frankfurt auszuloten.

Der Start der neuen Direktverbindung, bei der die neuen doppelstöckigen Celestia-Züge von Eurostar zum Einsatz kommen sollen, ist für die frühen 2030er Jahre geplant. Allerdings müssen dafür noch die erforderlichen technischen, betrieblichen und rechtlichen Voraussetzungen geschaffen werden.

„Wir sind von dem großen Potenzial einer solchen Direktverbindung überzeugt“, sagt Michael Peterson, DB-Vorstand Personenfernverkehr. „Das Projekt zeigt aber auch, dass neue grenzüberschreitende Fernverkehrsangebote aufgrund der komplexen Rahmenbedingungen oft nur durch Partnerschaften wie diese möglich sind.“ Bundesverkehrsminister Patrick Schnieder begrüßt die neue Vereinbarung: „Mit dieser Initiative setzen wir ein starkes Zeichen für die Zukunft des europäischen Bahnverkehrs. In einer eigens für dieses Projekt gegründeten Task Force arbeiten wir bereits mit Hochdruck an den rechtlichen, infrastrukturellen und politischen Voraussetzungen für diese neue Verbindung.“



Foto: Felix Hormel für TRVL COUNTER

ITB startet Ticketverkauf für die Jubiläums-Edition

ITB 2026 Der Ticketshop für die ITB Berlin ist geöffnet. Die Fachmesse findet vom 3. bis 5. März 2026 in Berlin statt und steht im Zeichen ihres 60-jährigen Jubiläums. Bis zum 14. Januar gelten vergünstigte Frühbucherpreise. Im Jubiläumsjahr richtet die Messe sich mit dem Motto „Every Moment Tells a Story“ an Fachbesuchende aus aller Welt.

Parallel beleuchtet der ITB Berlin Kongress unter dem Leitthema „Leading Tourism Into Balance“ nachhaltige Strategien und zukunftsfähige Geschäftsmodelle.

Tickets und Preise

Fachbesuchende zahlen im Vorverkauf 65 Euro für ein Dauerticket (80 Euro regulär) bzw. 45 Euro für ein Tagesticket (55 Euro

Viele Urlauber haben im November die Flucht ins Warme angetreten – nicht selten mit einem Mietwagen-Voucher im Gepäck. Der Münchner Ferienautovermittler Sunny Cars hat für den Monat ein deutliches Plus an Reservierungen im Vergleich zum November des Vorjahres verzeichnet.

Trotz eines leichten Preisanstiegs gegenüber dem niedrigen Kostenniveau im Spätsommer blieben die Ausgaben pro Buchung im vergangenen Monat mit im Schnitt 444 Euro hinter dem Vorjahreswert von 468 Euro zurück. Die gemittelte Miet-

dauer betrug acht Tage.

Thorsten Lehmann, Geschäftsführer von Sunny Cars, führt die Entwicklung auf einen hohen Anteil an Buchungen für die Vereinigten Staaten zurück. Dort „liegen die Preise etwas höher und die Reisen dauern länger. Das hebt den Durchschnittspreis durchaus ein wenig an“, so Lehmann.

Spanien behauptete sich als volumenstärkstes Ziel bei Sunny Cars. Innerhalb des Landes machen die Kanarischen Inseln mit rund acht Prozent knapp ein Zehntel aller Spanien-Reservierungen aus. Portugal stieg im Ran-

king weiter auf und verdrängte die USA vom zweiten Platz. Stark nachgefragt waren Faro, Lissabon und Madeira. Italien und Griechenland, die im Sommer noch stärker vertreten waren, wurden im November seltener gebucht.

Rund 40 Prozent der Reservierungen im zurückliegenden Monat seien auf kurzfristige Anmietungen im November und Dezember entfallen.

Im abgelaufenen Touristikjahr hat der Münchner Broker eine wichtige Hürde genommen und erstmals mehr als eine Million Buchungen abgewickelt. 🇩🇪



Foto: ITB

H10 positioniert sich mit neuer Premiummarke im Karibikmarkt

H10 Hotels richtet seine Karibikstrategie neu aus und führt mit Ocean Signature Caribbean Resorts eine eigenständige Premiummarke ein. Die bisherige Linie Ocean by H10 Hotels wird damit klar im oberen Segment positioniert und soll ein erkennbar hochwertigeres Profil erhalten. Den Auftakt markiert das neue Ocean Allure Costa Mujeres, ein Adults-only-Resort mit 599 Zimmern, mehreren Restaurants, weitläufigen Poolanlagen und modernen Wellness- und Servicekonzepten.

Mit der Neuausrichtung verfolgt H10 das Ziel, stärker im Premiumbereich sichtbar zu werden und anspruchsvollen Gästen ein exklusiveres, designorientiertes Urlaubserlebnis zu bieten. Die Marke soll für höhere Qualitätsstandards, individuelle Angebote und ein modernes Erscheinungsbild stehen – und damit eine klarere Differenzierung im zunehmend wettbewerbsintensiven Karibikmarkt schaffen.



Codeshare

Ab Sommer 2026 verbinden Condor und Etihad Frankfurt und Berlin täglich mit Abu Dhabi. Die neue Codeshare-Partnerschaft schafft Zugang zu einer Vielzahl asiatischer Ziele und soll die Stellung beider Airlines auf dem deutschen Markt stärken.



Air France weitet La Première auf neue Langstrecken aus

Air France bietet ihre First Class La Première ab Sommer 2026 auf 14 Langstrecken an. Neu sind Boston, Houston, Atlanta und Tel Aviv. Die täglichen Flüge starten ab Paris-CDG.

Im Sommer 2026 bietet Air France ihre First Class La Première auf insgesamt 14 Langstreckenverbindungen an. Neu im Streckennetz sind Boston, Houston, Atlanta und Tel Aviv.

Tel Aviv wird bereits ab Mitte Dezember 2025 in das La Première-Angebot aufgenommen. Die drei weiteren Destinationen folgen im Sommer 2026: Atlanta ab Ende März, Houston ab Anfang Juli und Boston ab Ende Juli. Alle neuen Ziele werden täglich ab Paris-Charles de Gaulle (CDG) bedient.

First Class auf wichtigen Langstrecken

Neben den vier Neuzugängen kommt das Kabinenprodukt La Première auch auf Flügen nach Abidjan, Dubai, Los Angeles, Miami, New York-JFK, San Francisco, São Paulo, Singapur, Tokio-Haneda und Washington, D.C. zum Einsatz. Diese Strecken werden bereits im Som-



Foto: Air France

mer 2025 mit dem First-Class-Angebot bedient.

Neue Suiten auf ausgewählten Verbindungen

Laut Air France werden bis Juli 2026 alle

Flüge nach New York-JFK und Los Angeles mit der neuen Generation der La-Première-Suiten ausgestattet. Bis Ende 2026 soll das gesamte Streckennetz mit den neuen Kabinen aufgerüstet sein. ✈

Neue Ägypten-Termine

Studiosus reagiert auf die stark gestiegene Nachfrage und weitet sein Ägypten-Angebot deutlich aus. Für 2026 sind insgesamt 15 verschiedene Reisen geplant – inklusive neuer Varianten wie einer Kultimer-Eventreise zur Eröffnung des Grand Egyptian Museum sowie erstmals auch einer Reise für Singles und einer wiederaufgelegten Familienreise. Für die Kultimer-Reise „Kairo – Ägyptisches Museum erleben“ legte der Veranstalter bereits 17 Zusatztermine für Frühjahr 2026 und acht weitere für Herbst 2026 auf. Für den Herbst sind zudem acht weitere Termine geplant.



Foto: iStock

Scylla holt Daniel Schäfer als neuen CCO an Bord

Die Schweizer Flusskreuzfahrtreederei Scylla AG hat einen neuen Chief Commercial Officer (CCO). Daniel Schäfer übernimmt ab sofort die Verantwortung für Vertrieb und Marketing beim Schweizer Flusskreuzfahrtanbieter mit Sitz in Baar. Zuvor war Schäfer als Geschäftsführer des Hamburger Segelreiseanbieters Sea Cloud Cruises tätig. Er gehört außerdem dem Vorstand der Hotelvereinigung „Feine Privathotels“ an. Aktuell umfasst die Flotte 46 Schiffe mit jeweils 80 bis 220 Außenkabinen.

ALL INCLUSIVE
in **OBERBAYERN**
Gruppenangebote

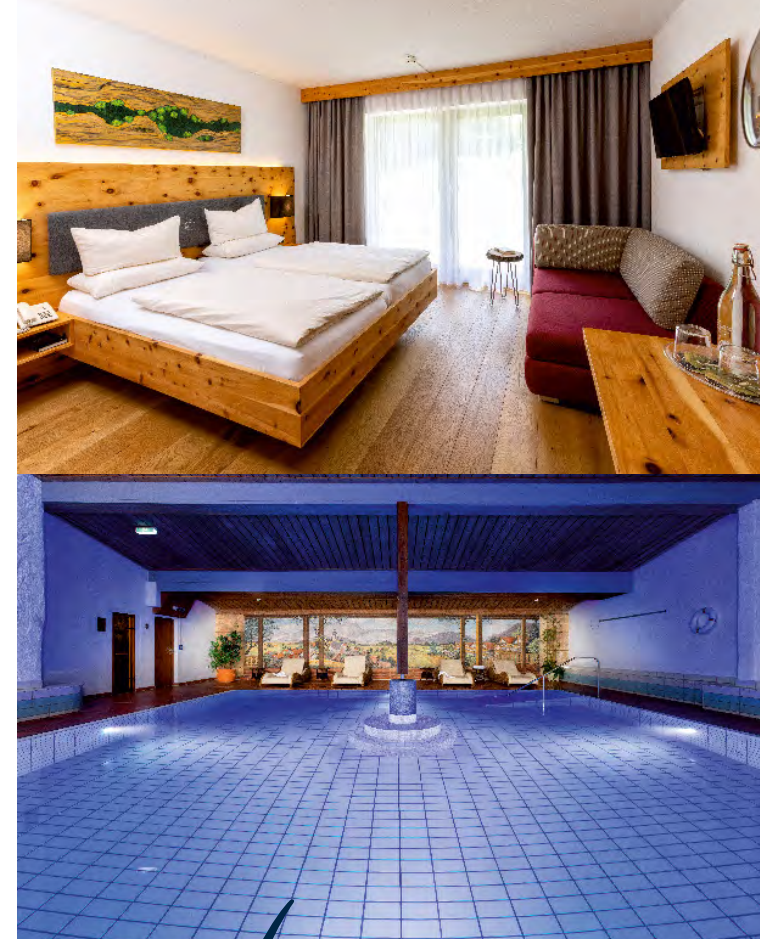
Winterzauber
Wintersport
3-Top Skigebiete
5x AI inkl. € 499,-

Saisoneroöffnung
3x AI inkl. Galaabend € 299,-

Mondschein
Nostalgiefahrt auf den Wendelstein
3x AI inkl. Bergbahn € 398,-

Panorama-Genusswandern
4x AI inkl. Wanderpaket € 449,-

Familienzimmer bis 6 Personen!
Direktbucher-Preis
15% Provision



WILDER KAISER
SPORTHOTEL
wilderkaiser.de



Foto: iStock

TUI startet mit Rückenwind in den Sommer 2026

Ein früher Buchungsstart, wachsende Nachfrage in nahezu allen Segmenten und neue Impulse für Soloreisende prägen den Weg von TUI in die Sommersaison 2026.

Der Mit einem ungewöhnlich frühen Buchungsstart hat TUI den Sommer 2026 eingeläutet – und trifft damit offenbar ins Schwarze: Bereits am ersten Tag verzeichnete der Konzern über 10.000 Reservierungen. Viele Kunden sicherten sich bewusst die attraktiven Frühbuchervorteile mit Rabatten

von bis zu 40 Prozent. Um den erwarteten Gästeansturm zu bedienen, hat TUI zusätzliche TUI fly-Kapazitäten aufgebaut und Kontingente in besonders beliebten Hotels erweitert. „Wir haben unser Strandportfolio früh und breit aufgestellt“, sagt TUI-Deutschland-Chef Benjamin Jacobi. Das Ziel bleibe ein An-

gebot, das alle Bedürfnisse abdeckt – von günstigen Familienreisen über Aktivurlaub bis zu Soloprogrammen.

Griechenland führt 2026 erneut die Buchungslisten an. Die hohe Nachfrage erstreckt sich dabei nicht nur auf großen Inselklassiker wie Kreta und Rhodos, sondern zunehmend auch auf

kleinere Destinationen wie Korfu oder Samos.

Rund vier Millionen TUI-Kunden reisen jährlich nach Griechenland, unterstützt durch ein dichtes Flugnetz: Allein Kreta, Rhodos und Kos werden rund 180 Mal pro Woche angeflogen. In Chalkidiki zeigt der neue TUI Kids Club Blue Lagoon zweistel-

Griechenland bleibt 2026 das stärkste TUI-Ziel: Die Nachfrage ist auf Kreta, Rhodos und Kos ebenso hoch wie auf Korfu und Samos. Rund vier Millionen Gäste reisen jährlich mit TUI ins Land, getragen von rund 180 wöchentlichen Flügen in der Hochsaison.

lige Wachstumsraten und unterstreicht den Trend zu hochwertigen Familienangeboten.

Auch andere Mittelmeerziele sind stark gefragt: Antalya und Mallorca bleiben unangefochtene Spitzenreiter. Ägypten erzielt ein Plus von 30 Prozent und gewinnt als preislich attraktives Sonnenziel weiter an Bedeutung.

Auf der Fernstrecke entwickeln sich Mauritius und die Vereinigten Arabischen Emirate dynamisch. Die VAE seien mittlerweile ein Ganzjahresziel, so Jacobi – dank Direktflügen, klimatisierter Attraktionen und wettbewerbsfähiger Preise. Bemerkenswert: Der Familienanteil in den Emiraten liegt im Sommer inzwischen bei 32 Prozent und damit höher als im Winter.

Im Bereich der Autoreisen setzt Italien neue Akzente und zieht an Deutschland, Österreich und Kroatien vorbei. Über 70 neue Hotels, vor allem am Gardasee und an der oberen Adria, ergänzen das Portfolio.

Ein starkes Signal sendet TUI mit seinem Ausbau für Alleinreisende: Rund zwölf Prozent der Deutschen planen laut TUI-Umfrage eine Solo-Reise. Darauf reagiert der Konzern mit speziellen Wochen in mehreren Anlagen – etwa im TUI Magic Life Beldibi, im Candia Maris auf

Kreta, im Robinson Club Fieberbrunn oder im TUI Blue Montafon.

Parallel wächst das Rundreiseprogramm auf 114 Ziele. Neu im Portfolio sind Sizilien, Andalusien, Kappadokien und der Peloponnes. Städtereisen nach Paris, Istanbul, Athen, London und Porto werden verstärkt ausgebaut.

Auf der Fernstrecke rechnet TUI mit unverändert hoher Nachfrage: 25 Prozent der Kunden planen 2026 eine Fernreise, vor allem nach Asien, Afrika, in die USA oder auf die Malediven.

Auch Kreuzfahrten bleiben ein Wachstumsmotor. Laut TUI planen rund 20 Prozent der befragten Reisenden eine Kreuzfahrt. Mit der Mein Schiff Flow bringt TUI Cruises 2026 den zweiten Neubau der Intuition-Klasse in Dienst.

Familien profitieren weiterhin von günstigen Kinderfestpreisen ab 149 Euro sowie kostenfreien Übernachtungen für Kinder bis elf Jahre. Eine Sonderaktion vom 4. bis 9. Dezember ermöglicht Reisen bereits ab 99 Euro – etwa auf Korfu, Mallorca oder Menorca.

„Wir sehen eine wachsende Nachfrage nach authentischen Erlebnissen – auch in Ländern, die vor wenigen Jahren kaum im Fokus standen“, erklärt Jacobi.

INTERVIEW

„Luxus ist heute Erlebnis – nicht Besitz“

Der Luxusreisemarkt wächst – und mit ihm die Erwartungen an Erlebnisqualität, Beratungstiefe und persönliche Bindung. Airtours-Direktor Steffen Boehnke spricht über Safari-Trends, Longevity, Fine Dining, einen Kundenstamm, der immer anspruchsvoller wird und über die neue Travel Boutique in Graz.

Interview| Jean-Marc Göttert

Herr Boehnke, wie stark wächst der Luxusreisemarkt aus Ihrer Sicht?

Laut aktuellen Studien liegt das weltweite Wachstum im Luxusreisebereich in den nächsten acht Jahren bei ungefähr vier Prozent. Das ist aus meiner Sicht konservativ betrachtet.

Welche Zielgruppen treiben dieses Wachstum?

Unsere Hauptzielgruppe sind C-Level-Reisende, also CEOs großer Unternehmen, aber auch Mittelständler. Dazu kommen Menschen, die vielleicht für ihre Silberhochzeit gespart haben oder das erste Mal kleinere, exklusive Schiffe ausprobieren möchten.

Sie sprechen häufig von „Erlebnissen mit Tiefgang“. Was bedeutet das im Luxussegment?

Luxusreisende suchen heute eine Kombination aus Luxus, Natur, Erlebnis und Abenteuer. Sie legen Wert auf Nachhaltigkeit, Exklusivität und Erfahrungen, die sie verändern. Es geht heute um das Sein – nicht mehr um das Haben.

Qualität scheint für Airtours ein zentrales Element der Kundenbindung zu sein. Welche Rolle spielt sie konkret?

Unser Net Promoter Score liegt bei 65 – das ist einer der höchsten Werte, die man erreichen kann. Hotelketten und Airlines liegen selbst im Luxusbereich meist in den 40er- oder 50er-Werten. Auch bei Trustpilot liegen wir mit 4,4 von 5 sehr weit vorne.

Safari-Reisen scheinen besonders gefragt zu sein. Was macht die Faszination aus?

Es gibt tatsächlich eine starke Nachfrage nach Safaris. Unsere Experten designen diese Reisen mit viel Fingerspitzengefühl und einer klaren Dramaturgie. Viele Gäste reisen Bildern hinterher, die sie im Kopf haben – und wir gestalten die Reisen entsprechend.

Können Sie ein Beispiel für ein neues, exklusives Naturerlebnis nennen?

Ein Highlight ist unsere neue Schneesafari mit Airtours Private Travel. Die Octola Wilderness Lodge zum Beispiel bietet Koch,

Sommelier und die unendliche Weite der nordischen Natur. Das ist eine ganz besondere Form des Luxus. Die Lodge liegt in Lappland, nördlich des Polarkreises und inmitten unberührter Wildnis

Kulinarik entwickelt sich dynamisch weiter. Was beobachten Sie in diesem Bereich?

52 Prozent der Gäste geben im Urlaub mehr Geld für gutes Essen aus als für andere Aktivitäten. Spitzenköche sind heute regelrechte Magneten. Einige Hotels haben mehrere Michelin-Sterne in einem einzigen Haus. Manche Gäste buchen erst das Hotel, wenn sie einen Tisch vorher reservieren konnten.

Wie wichtig ist der stationäre Vertrieb für Airtours – gerade im Luxussegment?

Der stationäre Vertrieb spielt für uns eine zentrale Rolle, weil Luxuskunden sich eine Beratung wünschen, die weit über reine Produktkenntnis hinausgeht. Sie erwarten Expertise, Verlässlichkeit und persönliche Begleitung – besonders bei hochpreisigen, komplexen Reisen.

Zur Person

Steffen Boehnke ist Direktor der TUI-Luxusmarke Airtours und gilt als ausgewiesener Experte für Premiumreisen. Seit 2015 prägt er die strategische Neuausrichtung der Marke hin zu individuellen, erlebnisorientierten Luxusangeboten. Boehnke bringt langjährige TUI-Erfahrung aus Produktmanagement und Fernreisen mit und positioniert Airtours als Anbieter für anspruchsvolle Kunden, die Wert auf Qualität, Persönlichkeit und besondere Reiseerlebnisse legen.

Foto: TRVL Counter

Airtours setzt stark auf Travel Boutiquen. Welche Bedeutung haben diese Markenräume?

Unsere Travel Boutiquen sind Erlebnisräume, in denen Kunden die Marke unmittelbar spüren. Sie verbinden hochwertige Gestaltung, kuratierte Atmosphäre und persönliche Gastgeberkultur. Das Konzept hat sich bewährt: Zürich war die erste Boutique, Landshut folgte vor drei Jahren, dann Mallorca – und alle Standorte zeigen, wie stark Premiumkunden physische Kontaktpunkte schätzen.

Nun haben Sie in Graz die erste Airtours Travel Boutique in Österreich eröffnet. Warum?

Graz ist ein idealer Standort für das Premiumsegment. Die Stadt steht für Kultur, Genuss, Lebens-

freude – und bringt ein reiseerfahrenes, anspruchsvolles Publikum mit, das hochwertige Beratung sucht. Die Lage im Herzen der Altstadt, in einem historischen Neorenaissance-Gebäude, verstärkt die Wertigkeit des Konzepts zusätzlich. Mit Graz betreten wir nicht nur den österreichischen Markt, sondern stärken gleichzeitig unsere Präsenz im gesamten Alpenraum und in Süddeutschland. Die Boutique ist für uns ein strategischer Knotenpunkt.

Was unterscheidet die Boutique vom klassischen Reisebüro?

Die Boutique ist als Lounge konzipiert – ein Ort, an dem Inspiration, Ruhe und anspruchsvolle Atmosphäre zusammenkommen. Hochwertige Materialien,

ein modernes Lichtkonzept und Details wie der „schwebende Hängestuhl“ schaffen eine Umgebung, die Luxuskunden zum Verweilen einlädt. Beratung findet hier in einem Ambiente statt, das Wertigkeit kommuniziert und Raum für individuelle Gespräche bietet.

Welche Bedeutung hat der Standort für Reisebüros in Österreich und Süddeutschland?

Für unsere Partner entsteht ein regionales Kompetenzzentrum. Die Boutique dient als Plattform für Seminare, Events, Produktpräsentationen und Austausch. Gleichzeitig sendet sie ein klares Signal an den Markt: Airtours investiert langfristig in den stationären Premiumvertrieb.

Luxusreisen boomen: Dertour Deluxe meldet ein Plus von 26 Prozent und fokussiert stärker auf exklusive Naturerlebnisse und Wellbeing. Ein Beispiel ist das Wilderness North Vumbura Plains Camp im Okavango-Delta, wo Gäste in kleiner Gruppe spektakuläre Tierbeobachtungen, Bootstouren und authentische Safari-Momente erleben.



Preis-Leistungs-Ziele bleiben stark gefragt: Die Türkei behauptet sich mit einem Plus von 11 Prozent als Spitzenreiter auf der Kurz- und Mittelstrecke. Deutliche Zuwächse verzeichnen auch Tunesien (+81 Prozent) und Bulgarien (+57 Prozent), während Ägypten mit 17 Prozent mehr Gästen ebenfalls kräftig zulegt.

Tunesien erlebt einen starken Aufschwung und steigert seine Gästezahlen um beeindruckende 81 Prozent – getragen von attraktiven Preisen, modernen Resorts und wachsender Nachfrage nach sonnigen Zielen abseits der klassischen Mittelmeer-Hotspots.



In allen Segmenten nachgelgt

Vom Familienurlaub in Monastir bis zur Safari in Botswana: Die Dertour Group setzt im Sommer 2026 auf breite Zielgruppenansprache – mit rund 250 neuen Rundreisen, nachhaltigen Konzepten und stark wachsender Nachfrage auf der Fernstrecke.

Die Dertour Group erwartet für den Sommer 2026 eine große Nachfrage in allen Preissegmenten. Das Spektrum reicht von preisgünstigen Pauschalreisen bis zu individuellen Luxusangeboten. „Die Nachfrage nach Reisen ist groß und spannt sich von preisbewusst bis ultra-premium“, erklärt Boris Raoul, CEO Dertour Deutschland und Österreich. „Unabhängig vom Segment bleibt der Wunsch nach Qualität und Komfort bestimmend.“

Türkei erneut vorn, Tunesien und Bulgarien mit hohen Zuwächsen

Beliebt bleiben Ziele mit gutem Preis-Leistungs-Verhältnis. Die Türkei ist weiterhin Spitzenreiter auf der Kurz- und Mittelstrecke und verzeichnet ein Plus von 11 Prozent. Tunesien legt um 81 Prozent zu, Bulgarien um 57 Prozent. Auch Ägypten gewinnt mit 17 Prozent mehr Gästen hinzu. Ein saisonverlängerndes Angebot gibt es für Bulgarien:

In Kooperation mit Flugpartner Elektro wird das Flugangebot bis zum 11. Oktober ausgebaut.

All-inclusive im Trend

Reisen mit All-inclusive-Verpflegung liegen weiter im Trend. Bereits im Sommer 2025 entschieden sich 57 Prozent der Gäste für diese Urlaubsvariante, aktuell liegt der Anteil bei 63 Prozent. 83 Prozent buchen Unterkünfte mit vier oder fünf Sternen. „Die aktuellen Buchungszahlen zeigen, dass sich der Trend zum erschwinglichen Luxus auch in diesem Jahr fortsetzt“, sagt Dertour-Produktchef Sven Schikarsky.

Familien setzen auf Komfort und Ermäßigungen

Auch Familien bevorzugen All-inclusive-Angebote und höherklassige Hotels. Besonders gefragt sind Türkei, Spanien und Griechenland. Zunehmend beliebt sind Ägypten, Bulgarien sowie Fernreiseziele wie die Vereinigten Arabischen Emirate, Thailand und Mauritius.

Viele Familienhotels bieten hohe Kinderermäßigungen, teilweise übernachteten Kinder bis 17 Jahre kostenfrei. Beispiele dafür finden sich im Programm „Familienurlaub“ von Dertour. Im Calimera El Borj in Monastir, Tunesien, sind beispielsweise Kinderanimation, Pools und Familienzimmer inklusive.

Erlebnisreisen auf der Fernstrecke

Erlebnisorientierte Reisen („Experiential Travel“) treiben die Nachfrage auf der Fernstrecke. Jede fünfte Sommerreise 2026 entfällt demnach inzwischen auf ein Fernziel.

Besonders gefragt sind Ostafrika (+89 %), die Karibik (+53 %), die Vereinigten Arabischen Emirate (+46 %) und der Indische Ozean (+45 %). „Gerade Fernreisen bieten die Möglichkeit, neue Kulturen und Landschaften kennenzulernen“, so Schikarsky.

Der Dertour-Fernreisespezialist Meiers Weltreisen baut sein Angebot mit 2.500 Hotels und 600 Rundreisen weiter aus und stärkt die Produktlinie „Unique Moments“.

Sportreisen auf dem Vormarsch

Auch Sport-Events ziehen immer mehr Gäste an. Laut der Welttourismusorganisation der Vereinten Nationen entfallen rund zehn Prozent der weltweiten Tourismusausgaben auf Sportreisen. Entsprechend stark das Plus: Dertour Sports verzeichnet aktuell einen Gästezuwachs von 50 Prozent. Beliebt sind Reisen zu NFL- und NBA-Spielen sowie zur Darts-WM.

Neu im Programm sind Pakete zu den Premier League Darts 2026 mit Austragungsorten in Berlin, Rotterdam und London.



Sven Schikarsky,
Produktchef
Deutschland:
„Der Trend zum erschwinglichen Luxus setzt sich auch in diesem Jahr fort“.



Boris Raoul,
CEO DERTOUR
Dtl. und Österreich sowie CTO
DERTOUR Group:
„Die Nachfrage nach Reisen ist groß und spannt sich von preisbewusst bis ultra-premium“.

Luxusreisen: Mehr Privatsphäre und Individualität

Luxusreisen gewinnen ebenfalls weiter an Bedeutung. Im Vergleich zum Vorjahr steigen die Buchungen um 26 Prozent. Die Produktlinie Dertour Deluxe bietet 1.300 Hotels und 100 Rundreisen weltweit. Der Fokus liegt auf individuellen Erlebnissen, naturnaher Erholung und Wellbeing.

Ein Beispiel: Im Wilderness Duma Tau in Botswana sind Tierbeobachtungen in kleiner Gruppe mit exklusiven Safari- und Bootsausflügen möglich.

Nachhaltigkeit und Slow Travel gefragt

Nachhaltigkeit spielt laut der Reiseanalyse 2025 der Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen (FUR) für jeden fünften Gast eine Rolle. Reisen mit dem Engage-Logo orientieren sich an UN-Kriterien. Das Angebot umfasst 2.050 Hotels und über 60 Rundreisen – auch außerhalb Europas.

Slow Travel-Angebote setzen auf längere Aufenthalte pro Ort, kombiniert mit Aktivitäten wie Bahnfahren, Wandern oder Radreisen. Das neue Aktivurlaub-Programm umfasst 60 entschluschte Angebote.

Ein Beispiel ist die achttägige Rundreise „La Réunion – Nachhaltiger das Paradies entdecken“, die unter anderem Hybridfahrzeuge, Wanderungen und Mountainbike-Touren kombiniert.



La Réunion zeigt, wie vielseitig nachhaltiger Aktivurlaub sein kann: Auf der Insel treffen üppige Tropenlandschaften, Vulkane und Küstenpfade auf ein entschleunigtes Reiseerlebnis – ideal für Wanderer, Naturfans und alle, die die Vielfalt des Indischen Ozeans jenseits klassischer Strandziele entdecken möchten.



Sportreisen boomen: Dertour Sports meldet einen Gästezuwachs von 50 Prozent – gefragt sind Trips zu NFL- und NBA-Spielen sowie zur Darts-WM, die immer mehr Fans als Live-Erlebnis anzieht.



Uluru, das rote Herz Australiens, fasziniert mit seiner monumentalen Präsenz und spirituellen Bedeutung. Inmitten der endlosen Weiten des Outbacks erleben Reisende hier die Magie wechselnder Lichtstimmungen – besonders bei Sonnenauf- und -untergang ein unvergesslicher Moment.



Foto: AIDA Cruises

Aida schaltet Teilstrecken der Weltreise frei

Reisende können aus sieben Etappen zwischen Hamburg, Chile, Sydney und Mauritius wählen. Die Routen kombinieren Bucket-List-Ziele mit längeren Seewegen und ermöglichen einmalige Erlebnisse wie Äquatorüberquerungen und Silvester in Sydney.

Aida Cruises hat sieben Teilstrecken der Weltreise 2026 mit der Aida Sol freigeschaltet. Die Etappen dauern 33 bis 93 Tage und richten sich an Reisende, die kürzere Abschnitte bevorzugen.

Südsee und Silvester in Sydney

Eine Route führt im Dezember 2026 von San Antonio (Chile) nach Mauritius – mit Stopps auf der Osterinsel, in Französisch-Polynesien und mehreren australischen Häfen. Höhepunkt ist der Jahreswechsel in Sydney.

Von Mauritius nach Hamburg

Die finale Etappe startet im Januar 2027 auf Mauritius und endet im Februar in Hamburg. Stationen sind La Réunion, Kapstadt, Namibia und die

Kanaren. Ausflüge reichen vom Tafelberg bis zur Safari. Wer beide Abschnitte kombiniert, reist 52 Tage von Sydney nach Hamburg.

Buchbar sind unter anderem eine 44-tägige Strecke von Hamburg nach San Antonio, 74 Tage bis Sydney, 93 Tage bis Mauritius sowie 82 oder 33 Tage zurück Richtung Hamburg.

Komplette Weltreise

Die 126-tägige Weltumrundung startet am 18. Oktober 2026 in Hamburg und führt über Südamerika, die Südsee, Australien und den Indischen Ozean zurück nach Europa – mit 20 Ländern, 43 Häfen, zwei Äquatorüberquerungen sowie Passagen über den Kap der Guten Hoffnung und Kap Hoorn.

DAS NEUE QUARTERLY JETZT LESEN!

DIE SOMMERAUSGABE HIER
GRATIS HERUNTERLADEN



Hier herunterladen

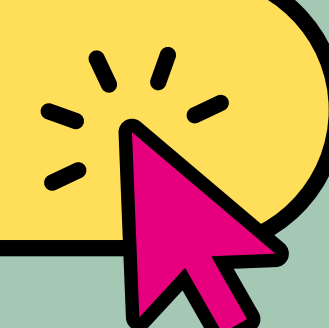




Foto: iStock

Gebeco pusht Orientreisen mit Preisoffensive

Gebeco reagiert auf die steigende Nachfrage und bietet für ausgewählte Termine in Marokko, Ägypten, Oman, Jordanien und Saudi-Arabien bis zu 450 Euro Rabatt.

Der Kieler Studienreisepespezialist Gebeco gewährt Preisnachlässe von bis zu 450 Euro pro Person auf ausgewählte Reisen nach Marokko, Ägypten, Oman, Jordanien und Saudi-Arabien.

Laut CCO Michael Knapp reagiert der Veranstalter damit auf ein gestiegenes Interesse an Reisen in die Region. Den „spürbaren Aufschwung“ führt Knapp auf „Friedensgesprächen in Nahost“ sowie die jüngste Eröffnung des Grand Egyptian Museum zurück. „Diesen Trend wollen wir unterstützen und schaffen daher auch preislich einen Anreiz, sich jetzt für eine Reise in die Region zu entscheiden“, so Knapp.

Die Höhe der Ermäßigung hängt von der jeweiligen Reise und dem Abreise-

datum ab. Für die Omanreise „Vom Hadscha-Gebirge ins Weihrauchland“ mit Abreise am 9. Oktober 2026 beträgt der Preisnachlass 450 Euro. Jeweils bis zu 200 Euro Ermäßigung sind bei der „Großen Ägyptenreise“ und bei „Zauberhaftes Jordanien“ möglich.

Weiter Angebote gelten für zwei Marokko-, zwei Jordanien- und zwei Omanreisen sowie je eine Reise nach Ägypten und Saudi-Arabien. Auf der Gebeco-Website sind die reduzierten Preise anhand von Streichpreisen bei den jeweiligen Terminen ausgewiesen.

Buchbar sind die Angebote bis zum 23. Dezember 2025 online und im Reisebüro. ☎

WIR SEHEN REISEN MIT ANDEREN AUGEN.

DAS NEUE DIGITALMAGAZIN.

JETZT. UND ALLE 14 TAGE.

NR 11 08. JUNI 2025 CONNECT 2025 SCHULUNG ZUM EINSATZ VON KI trvlcounter.de

TRVL COUNTER Digital

WIR SEHEN REISEN MIT ANDEREN AUGEN

BITW BITW BITW BITW

„Zeit für Stabilität und Aufbruch“

Beim diesjährigen Tourismustag in Berlin fordert der BTW endlich entschlossenes politisches Handeln.

GEWINNE EINE WELTREISE!

NR 13 06. JULI 2025 ANKUNFT TUI erleichtert Einstieg in Provinzsaftland trvlcounter.de

TRVL COUNTER Digital

WIR SEHEN REISEN MIT ANDEREN AUGEN

Das Winterangebot

Das ist rekordverdächtig: DERTOUR und seine Schwestermarken präsentieren ein stark erweitertes Winterprogramm für 2025/2026 – mit neuen Reisen von Thailand bis Usedom. Auch TUI legt mächtig vor.



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

Top Partner Event und neue Inforeise in 2026

Zwei Highlights für den stationären Vertrieb kündigt Vtours für das neue Jahr an.

Zwei Highlights für den stationären Vertrieb kündigt Vtours für das neue Jahr an. Bereits zum dritten Mal findet vom 16. bis 19. März der „Top Partner Event“ statt. Gastgeber sind die beiden Premium-Hotels Nissiblu Beach Resort und Adams Beach Hotel in Ayia Napa auf Zypern.

Der Event gilt als größtes Highlight im Vtours-Kalender. Im Fokus stehen Inspiration und kreative Impulse für die gemeinsame Zukunft. Vtours verspricht ein abwechslungsreiches Programm mit inspirierenden Impulsen und wertvollen Begegnungen mit Partnern aus

der Touristikbranche. Anmeldungen sind ab 10. Dezember möglich.

Bereits Mitte Januar können Experten mit Vtours auf Inforeise auf die Kanaren gehen. Vom 11. bis 16. Januar steht die Erkundung von Lanzarote und Fuerteventura, auf dem Programm.

Neben Hotelbesichtigungen aus dem Vtours-Portfolio können die Teilnehmer kulturelle Highlights erleben und Sehenswürdigkeiten kennenlernen.

Anmeldungen sind bis zum 11. Dezember auf v-fit.de möglich.

Traffics launcht Version für Bausteinreisen

Technologieanbieter Traffics hat eine speziell auf touristische Bausteinprodukte zugeschnittene Version seines Buchungssystems Cosmonaut gelauncht. Reisebüros können damit Bausteinreisen schneller und effizienter zusammenstellen. Optimierte für Beratung und Buchung

Die neue Cosmonaut-Variante kombiniert bewährte Funktionen, die gezielt auf die Beratung und Buchung

von Einzelbausteinen ausgerichtet sind. Dazu gehören unter anderem eine Multi-Room-Funktion, eine Abfrage mehrerer Verfügbarkeiten, eine kartengestützte Angebotsdarstellung sowie Filter für Direktflüge, Flugzeiten und Flex-Tarife. Auch Oneway- und Returnflüge lassen sich gezielt anzeigen.

Weitere Funktionen sind die Anzeige alternativer Flugverbindungen, Holidaycheck-Bewertungen, Merkzettel sowie der Versand

von Angeboten an Paxlounge und UI-Office. Wie in der bisherigen Version ist das GDS von Traffics vollständig eingebunden. Beratung, Buchung und Abwicklung sollen damit ohne Systembrüche ablaufen.

Ziel: Effizienz am Counter „Uns ist wichtig, Reisebüros mit effizienten, erprobten und praxisnahen Tools zu unterstützen“, sagt Traffics-Vertriebsleiterin Sarah Pfündel. „Ein integriertes und funktionsstarkes Beratungs-

instrument für Bausteinprodukte ist ein entscheidender Erfolgsfaktor für den Verkauf des touristischen Hotel- und Flugportfolios.“

Mit der neuen Cosmonaut-Version greife man diese Anforderungen gezielt auf – „damit der Counter Bausteinangebote mit hoher Datenqualität beraten und buchen kann“, so Pfündel. Die neue Baustein-Version des Cosmonaut ist ab sofort verfügbar. Die Basisversion kostet monatlich zehn Euro.

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





Foto: iStock

Termin für Reisebürotag 2026 steht fest

Reisebüros können sich den 2. Juni 2026 schon mal im Terminkalender rot anstreichen. An diesem Tag findet der nächste Tag des Reisevertriebs des DRV statt. Unter dem Motto „Gemeinsam stärker im Vertrieb“ trifft sich die Reisebürowelt in Frankfurt. Im Mittelpunkt stehen Impulse für einen stärkeren, zukunftsorientierten Reisevertrieb. Relevante Themen der Gegenwart und der Zukunft werden dabei praxisnah aufgegriffen und erörtert. Dabei werden auch im kommenden Jahr die Belange von touristischen wie



Foto: iStock

Geschäftsreisebüros berücksichtigt. Beim Get-together am 1. Juni in den Skyline-Studios über den Dächern Frankfurts können sich die Teilnehmer in lockerer Atmosphäre austauschen. Programmdetails bringt der DRV in Kürze.

Karawane Reisen fährt elektrisch gen Norden

Der Veranstalter Karawane Reisen startet eine neue Route: eine nachhaltige E-Auto-Reise durch den „Hohen Norden“ Europas – ideal für naturnahe, umweltbewusste Gäste mit eigenem Elektrofahrzeug.

Die Tour verbindet spektakuläre Landschaften, Fjorde und stille Seen mit bequemer E-Mobilität und bietet damit genau das, wonach immer mehr Reisende suchen: Freiheit, Naturerlebnis und Nachhaltigkeit. Damit zeigt Karawane, wie stark sich der Markt für Individualreisen wandelt – weg vom klassischen Pauschalurlaub, hin zu Flexibilität, Umweltbewusstsein und echten Erlebnissen.



Ratehawk legt bei Transfer- und Mietwagenbuchungen zu

Die B2B-Plattform Ratehawk meldet für 2025 ein starkes Wachstum im Bereich Bodentransport. In den ersten zehn Monaten hat sich die Zahl der gebuchten Transfers im Vergleich zum Vorjahr verdoppelt, der Bruttobuchungswert stieg um 130 Prozent. Besonders häufig kombinierten Reisevermittler Hotelbuchungen mit einem Transferservice – jeder dritte tat dies laut Ratehawk. Spitzenreiter waren Ziele in Italien, Spanien, den USA, Frankreich und Großbritannien. Gleichzeitig zog die Nachfrage in Asien kräftig an, vor allem in Japan, Vietnam, China und Singapur; auch Ägypten und Katar legten zu.

Partner können über Ratehawk derzeit Transfers von 19 Anbietern in 165

Ländern buchen. Auch das Mietwagen-geschäft entwickelt sich dynamisch: Die Reservierungen über Ratehawk haben sich seit Jahresbeginn ebenfalls verdoppelt, mit einem Buchungsspeak im Juli. Gefragt sind vor allem Autos in den USA, Italien, Spanien, Deutschland und Frankreich. Dass Mietwagen seit Januar erstmals auch online buchbar sind, habe das Wachstum zusätzlich beschleunigt. Der Mietwagen passe „perfekt zum Trend nach mehr Abenteuer und Flexibilität“, sagt Fredrik Bonalt, Head of Non-Accommodation Supply beim Ratehawk-Mutterkonzern, Emerging Travel Group. Das Netzwerk umfasst inzwischen über 400 Mietwagenpartner in mehr als 160 Ländern.

Anzeige



Jetzt
kostenlos
Magazin
anfordern!

FORUM
ANDERS
REISEN



Es geht um die Welt.
Geschichten von fairen Reisen

forum anders reisen –
Der Verband für
nachhaltigen Tourismus
trvlcounter@forumandersreisen.de
www.forumandersreisen.de
Tel. 040 181 2604 60

Kostenfrei für den Reisebüro-Login anmelden und von weiteren Vorteilen profitieren.
www.forumandersreisen.de/reisebuero



HX kündigt eigenen Galapagos-Katalog an

HRTIGRUTEN HX Ab dem 22. Dezember können bei HX Hurtigruten Expeditions, Spezialist für Expeditionssee-reisen, Galapagos-Reisen für die Saisons 2027 und 2028 online gebucht werden.

Im Januar soll dann ein eigenständiger Galapagos-Ka-talog erscheinen, flankiert von Filmen mit dem neuen HX-Markenbotschafter Monty Halls, Präsident des Galapa-gos Conservation Trust.

Der Expeditions-Experte will seine Position auf der Insel-gruppe weiter ausbauen und verlängert die Partnerschaft mit Metropolitan Touring um weitere drei Jahre. Der Veran-stalter, an dem HX eine bedeu-

tende Minderheitsbeteiligung hält, zählt zu den renommier-testen Reiseanbietern der Region. Die ursprünglich auf fünf Jahre angelegte Zusam-menarbeit läuft nun bis 2029 weiter.

Seit dem Start des Pro-gramms 2022 bietet HX im Archipel Expeditions-Seerei-sen an Bord der Santa Cruz II an. Das 2021 modernisierte Schiff verfügt über 50 Kabi-nen, Restaurant, Science Cen-ter, Sky Deck, Panorama Bar mit Lounge, Fitnessbereich, Whirlpools sowie über 36 Kabinen, die bei Bedarf mit-einander verbunden werden können.



Foto: iStock

Toni mit umfassendem Update

RTK Die Reisebüro-Plattform Mein Reise-büro 24 von RTK hat ihren digitalen Reise-begleiter Toni überarbeitet und stellt seit dem 1. Dezember ein umfassendes Up-date bereit. Ziel ist es, die Markenidenti-tät von Reisebüros zu stärken, neue Er-lösquellen zu erschließen und den Service für Reisende zu verbessern.

Reisebüros können nun ihr eigenes Logo in sämtliche automatisierte E-Mails integrieren. Die Nachrichten erscheinen dadurch im Design des jeweiligen Büros und sorgen für Wiedererkennung und Ver-trauen. „Wir geben jedem Reisebüro seine digitale Handschrift zurück – modern, hochwertig und individuell gestaltet. Toni wird zum verlängerten Arm des eigenen Markenversprechens“, erklärt Rainer Gnyp, Bereichsleiter Mein Reisebüro 24.

Auch optisch wurde Toni überarbeitet. Die Module sind klarer gegliedert und auf das Wesentliche reduziert. Das neue Lay-out ist für mobile Geräte optimiert, so-dass Kunden die Inhalte schnell erfassen und nutzen können.

Reisende können direkt über Toni zu-sätzliche Leistungen buchen, für die das Reisebüro eine Provision erhält. Neu inte-griert ist das Angebot von TUI Musement mit Ausflügen und Erlebnissen. „Das The-

ma Ausflüge entwickelt sich zum nächs-ten großen Wachstumstreiber. Durch die Integration von TUI Musement ermögli-chen wir Reisebüros, an diesem Trend sichtbar zu partizipieren“, so Gnyp.

Erweitert wurde auch das Angebot an Versicherungen und Mietwagen. Weitere buchbare Services sind digitale SIM-Kar-ten für günstiges Roaming, Parkplätze und Lounges am Flughafen, Online-Check-in, Wetter- und Einreiseinfos sowie Funktionen wie Schnellzugang bei der Sicherheitskontrolle, Kundenbewertungen und Newsletterfreigaben.

Das Update stellt das Reisebüro stär-ker in den Mittelpunkt der digitalen Kom-munikation. Nachrichten erscheinen im individuellen Design und stärken so die Kundenbindung – ohne zusätzlichen Auf-wand. Gleichzeitig schafft das erweiterte Angebot neue Umsatzmöglichkeiten.

Die Plattform entwickelt sich weiter – von einem Service-Tool hin zu einem Vertriebsinstrument. „Unser Ziel bleibt eindeutig: Wir machen Digitalisierung ein-facher – und sorgen dafür, dass Reisebü-ros ihre Kundinnen und Kunden in jeder Phase der Reise begleiten können“, fasst Gnyp zusammen.

Allgäu

Reiseexperte / Reiseexpertin (m/w/d)

Komm ins schöne Allgäu und arbeite dort, wo andere Urlaub machen. Wir suchen Dich! Werde Teil unseres Teams – in Vollzeit oder Teilzeit. Du hast eine Ausbildung als Tourismuskaufmann/-frau oder bist Quereinsteiger mit mehrjähriger Berufserfahrung im Reisebüro. Dann möchten wir Dich gerne kennenlernen!

Wiesbaden

Touristikfachkräfte Vollzeit/Teilzeit

Ein etabliertes Reisebüro in Wiesbaden-Schierstein sucht engagierte Touristikfachkräfte (Voll- oder Teilzeit, mind. 19 Std./Woche) mit Erfahrung in TOMA, IRIS und TravelCompass. Gesucht werden Mitarbeiter mit Zielgebietskenntnissen, idealerweise im Bereich hochwertiger Pauschalreisen und Kreuzfahrten.

Erfurt

Mitarbeiter (m/w/d)
Produktmanagement & Marketing

Wir sind ein spezialisierter Gruppenreiseveranstalter für Busreisen & Kreuzfahrten und suchen Verstärkung für unser Produktmanagement & Marketing. Freuen Sie sich auf ein engagiertes Team, spannende Aufgaben und viel Gestaltungsspielraum.



Wie Südafrika mit Vielfalt, Emotion und starken Produkten überzeugt

Südafrika bleibt eine der vielseitigsten Destinationen der Welt – und eine der dankbarsten im Verkauf. Das Land begeistert mit emotionalen Begegnungen, beeindruckender Natur, klarem Preis-Leistungs-Vorteil und hervorragender touristischer Infrastruktur. Die wichtigsten Argumente für Reisebüros.

Finde, was dich glücklich macht“ – die Kampagne der südafrikanischen Ländervertretung könnte kaum treffender sein. Südafrika ist ein Land der intensiven Momente: Begegnungen mit herzlichen Menschen, Staunen über die Weite der Landschaften, Wildlife-Erlebnisse, die unter die Haut gehen, und kulinarische Entdeckungen, die Gäste noch lange begleiten. Beraterinnen und Berater wissen: Kaum eine Destination erzeugt solche Rückmeldungen von Reisenden, die begeistert und emotional aus dem Urlaub zurückkehren.

Die Stärke Südafrikas liegt in seiner Kombination aus Vielfalt und Zugänglichkeit. Innerhalb von zwei Wochen können Reisende faszinierende Natur, die Big Five, Weltstädte, Küstenlandschaften, Weinregionen und kulturelle Highlights erleben – ohne große Zeitzone Wechsel oder komplizierte Transfers.

Gut erreichbar, gut planbar und ein Reiseziel für das ganze Jahr

Für den Vertrieb besonders relevant: Südafrika ist einfach zu erreichen und logistisch unkompliziert. Direkte Verbindungen ab Frankfurt und München, keine Zeitverschiebung während der Sommerzeit und ein dichtes Inlandsflugnetz erleichtern die Reiseplanung. Die Destination ist ein klassisches Ganzjahresziel. Je nach Interessen der Gäste lassen sich unterschiedliche Schwerpunkte setzen: trockene Wintermonate für Safaris, Sommermonate für Küstenregionen und Outdoor-Aktivitäten, Übergangszeiten für Weinland und Garden Route.

Auch wirtschaftlich punktet Südafrika eindeutig. Essen, Wein und Aktivitäten sind im internationalen Vergleich günstig, was sich gerade in Zeiten hoher Reisekosten positiv auf die Abschlussquote auswirkt. Selbst hochwertige kulinarische Erlebnisse liegen preislich deutlich unter denen europäischer Metropolen.

Sicher unterwegs: Die wichtigsten Hinweise für Selbstfahrer und Städtereisen

Viele Kunden möchten Südafrika individuell entdecken – ein großer Vorteil für den Vertrieb, denn Mietwagenrundreisen gehören zu den beliebtesten Buchungsformen. Das Land bietet gute Straßen, ein verlässliches Tankstellennetz und klare Orientierungsmöglichkeiten. Gleichzeitig sollten Reisebüros ihre Gäste mit realistischen Sicherheitshinweisen ausstatten: keine Wertsachen sichtbar im Auto, abends in Städten ein Taxi oder Uber nutzen, Navigationssysteme mit Bedacht einsetzen und nach Möglichkeit bei Helligkeit ankommen. Township-Touren sind, professionell geführt, ein besonderes Erlebnis und ergänzen das Bild eines modernen, vielfältigen Landes. Sie ermöglichen authentische Einblicke und Begegnungen auf Augenhöhe – etwa in Soweto oder Kayamandi bei Stellenbosch.

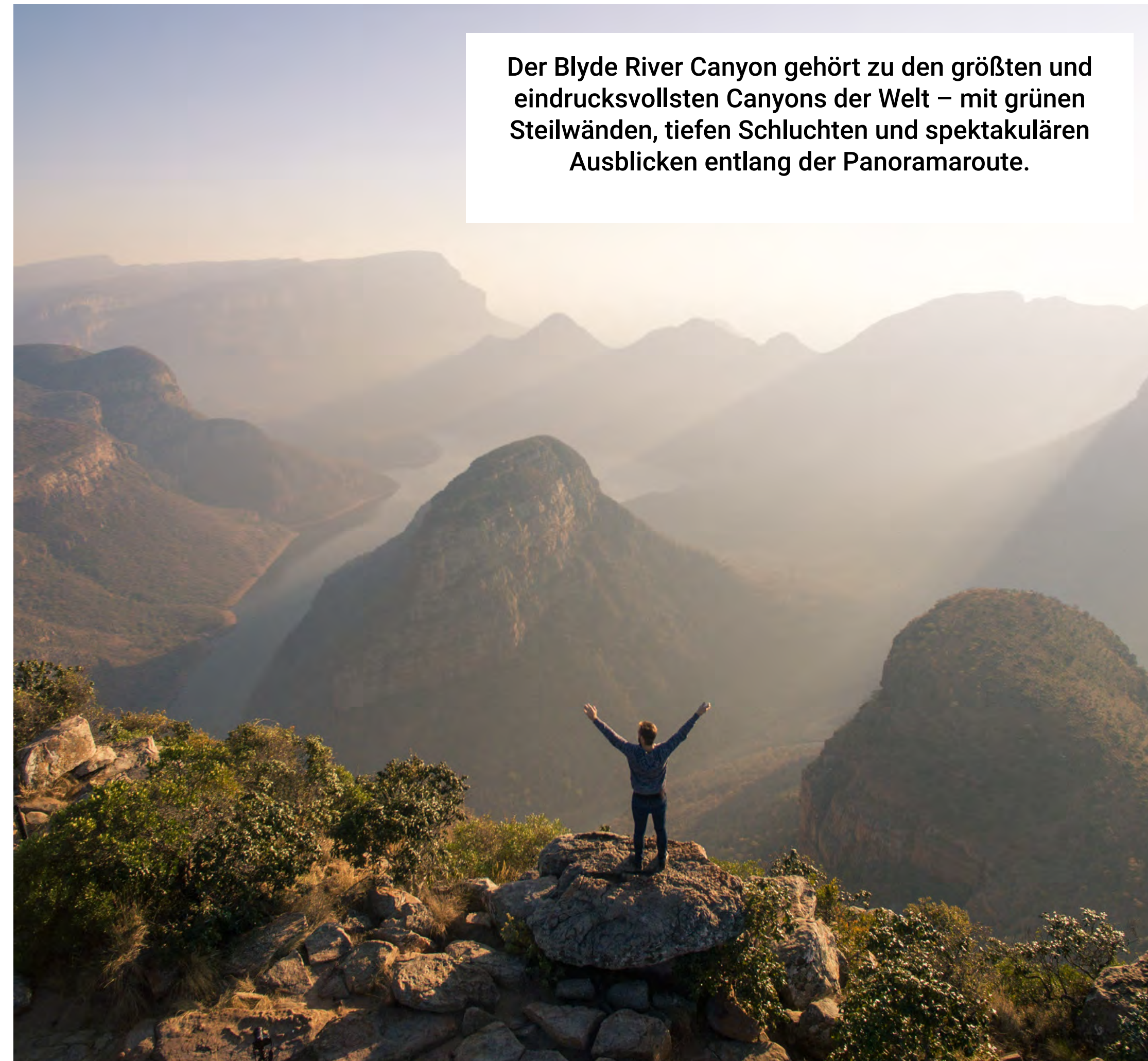
Panoramamaroute und Kruger: Klassiker, die Gäste begeistern

Die Panoramamaroute ist für viele Reisende der erste landschaftliche Höhepunkt. Der Blyde River Canyon, die Bourke's Luck Potholes oder der Graskop Gorge Lift eröffnen eindrucksvolle Perspektiven. Von dort ist es nur ein

kurzer Weg in die Kruger-Region – ein weiterer Baustein, der in nahezu jeder Rundreise seinen festen Platz hat. Im Kruger Nationalpark erleben Gäste eine der vielfältigsten Tierwelten Afrikas. Besonders empfehlenswert sind mindestens zwei volle Safari-Tage, idealerweise verbunden mit einer Kombination aus Nationalpark und privaten Reservaten. Für Kunden, die aus gesundheitlichen Gründen Malaria vermeiden möchten, gibt es überzeugende Alternativen wie Addo Elephant Park oder den Pilanesberg.

Die landschaftliche Vielfalt reicht weit über die Klassiker hinaus

Südafrika überrascht selbst erfahrene Afrika-Reisende. Waterberg-Regionen, Baobab-Landschaften, die mächtigen Drakensberge, die semiaride Karoo oder die Cederberge nördlich von Kapstadt erweitern das Spektrum deutlich. Diese Regionen bieten Wanderungen,



Der Blyde River Canyon gehört zu den größten und eindrucksvollsten Canyons der Welt – mit grünen Steilwänden, tiefen Schluchten und spektakulären Ausblicken entlang der Panoramamaroute.



Robben Island, vor der Küste bei Kapstadt, zählt zu den bewegendsten Erinnerungsorten des Landes. Besucher erleben hier die Atmosphäre des früheren Hochsicherheitsgefängnisses, in dem Nelson Mandela fast ein Jahrzehnt festgehalten wurde – ein Schlüsselkapitel der Freiheitsbewegung.



Weintastings in Stellenbosch gehören zu den beliebtesten Urlaubserlebnissen im Westkap. Die historischen Weingüter verbinden exzellente Sauvignon Blancs und Chenin Blancs mit afrikanischer Gastfreundschaft – ein ideales Zusatzangebot für Kunden, die Genuss, Landschaft und Kultur verbinden möchten.



Die Westküste bleibt für viele Urlauber ein Geheimtipp: Kleine Fischerdörfer, endlose Strände und eine unverfälschte Naturkulisse zeigen eine ursprüngliche Seite des Kaps, die fernab der bekannten Routen liegt.



Das Malaienviertel Bo-Kaap in Kapstadt begeistert mit seinen farbenfrohen Häusern, Kopfsteinpflastergassen und seiner traditionsreichen Kap-malaiischen Kultur – ein lebendiges Stück Stadtgeschichte am Fuß des Signal Hill.

Sternenhimmel ohne Lichtverschmutzung, kulturelle Begegnungen mit den San sowie viel Raum für Naturerlebnisse abseits der bekannten Routen.

Gerade für Wiederholer sind dies wertvolle Argumente, die im Beratungsgespräch neue Impulse setzen.

Garden Route: Outdoor-Abenteuer an einer der schönsten Küsten des Kontinents

Die Garden Route gilt als Paradebeispiel für Südafrikas Outdoor-Qualitäten. Sie ist kein durchgehender Küstenboulevard, sondern eine Region voller wilder Wälder, Lagunen, Felsküsten und Strände. Aktivitäten reichen von leichten Wanderungen über Canopy-Touren und Kajakfahren bis hin zu Bungee-Jumping. Orte wie Knysna, der Tsitsikamma Nationalpark oder Plettenberg Bay bieten eine entspannte Mischung aus Natur, Kulinarik und Küstenleben.

In der Kleinen Karoo ergänzen Straußenfarmen, Tropfsteinhöhlen und Erdmännchen-Safaris das Portfolio – ideal, um Familien und Aktivurlaubern abwechslungsreiche Programme zusammenzustellen.

Kapstadt, Weinland und Kap der Guten Hoffnung: Die perfekte Kombination

Kaum eine Destination verbindet Urbanität und Natur so harmonisch wie Kapstadt. Der Tafelberg, Bo-Kaap, die Waterfront, die Märkte der Stadt und die Strände zweier Ozeane bilden einen perfekten Auftakt oder Abschluss jeder Reise. Tagesausflüge entlang des Chapman's Peak Drive, die Pinguine am Boulders Beach, das Kap der Guten Hoffnung und der botanische Garten Kirstenbosch bieten dichte Erlebnisse ohne lange Fahrzeiten.

Das nahegelegene Weinland rund um Stellenbosch, Franschhoek, Constantia und Paarl verführt mit historischem Charme,



Südafrikas Wildlife berührt weit über den Kruger-Nationalpark hinaus: In privaten Reservaten, im Eastern Cape, in KwaZulu-Natal oder im Waterberg erleben Reisende unvergessliche Tiermomente – nah, intensiv und oft magisch still. Jede Region erzählt ihre eigene Safari-Geschichte und zeigt, wie facettenreich und emotional Afrika sein kann.

einer kreativen Gastronomie und international prämierten Weinen. Für viele Gäste ist dieser Genuss-Fokus ein wesentlicher Grund, Südafrika einer anderen Fernreise vorzuziehen.

Fazit: Ein Land, das verkauft – und Reisende nachhaltig begeistert

Südafrika ist für den Vertrieb eine außergewöhnlich dankbare Destination. Die Mischung aus emotionalen Momenten, hoher Produktqualität, Vielfalt, guter Infrastruktur und starkem Preis-Leistungs-Verhältnis macht das Land zu einem idealen Angebot für unterschiedlichste Kundentypen. Ob klassische Rundreise, Familienurlaub, Selbstfahrer, Naturfans oder Genießer – die Möglichkeiten sind so breit wie die Zielgruppe. Für Reisebüros bedeutet das: Südafrika ist nicht nur gut

erklärbar, sondern auch sehr gut verkäuflich. Und es ist eine Destination, zu der Kunden zurückkehren – oft mehr als einmal.

Weiterführende Informationen

Aktuelle Inhalte, Videos und vertiefende Lernmaterialien [stehen auf dem Buschfunk-Portal zur Verfügung](#). Zusätzlich bietet die geschlossene Südafrika-Specialist-Facebook-Gruppe einen direkten Austausch mit Expertinnen und Experten sowie mit Kolleginnen und Kollegen aus dem Vertrieb.

Auch in den kommenden Wochen finden weitere Webinare statt, unter anderem zu den Schwerpunkten Safari und Outdoor.

Webinar_02: Finde, was im Schatten der Savanne lauert. [Hier zur Anmeldung](#)



Der Tsitsikamma-Nationalpark vereint uralte Wälder, zerklüftete Schluchten und den Blick auf eine wilde, ungezähmte Küste – ein kraftvoller Abschnitt der Garden Route, an dem Südafrikas Natur ihre dramatische Schönheit entfaltet.

Alta wird direkt angebunden

Ab sofort bietet die Lufthansa-Tochter Discover Airlines eine Direktverbindung ab Frankfurt in die nordnorwegische Stadt Alta an. Der Ferienflieger bedient die Strecke bis Mitte April jeweils donnerstags und sonntags. Damit ist Alta erstmals ohne Umstieg aus Deutschland erreichbar – und das nördlichste europäische Ziel im Streckennetz der Lufthansa-Gruppe. Gleichzeitig ist das Ziel durch die Anbindung an das Lufthansa-Streckennetz auch international nun gut erreichbar.

Nordlichtregion mit neuer Anbindung

Alta liegt oberhalb des Polarkreises in der Provinz Finnmark und gehört zu den besten Orten weltweit, um die Aurora Borealis zu erleben. Besonders während der Polarnacht von Ende November bis Mitte Januar zeigen sich die



Premiere in der Arktis: Discover Airlines ist erstmals in Alta gelandet und bietet von Dezember bis April die einzige Direktverbindung aus Deutschland in die „Stadt der Polarlichter“.

Nordlichter besonders intensiv. Die Region rund um Alta bietet ideale Bedingungen für Winteraktivitäten: Hundeschlittentouren, Nordlicht-Safaris, Iglu-

Hotels, Eisangeln, Skiexpeditionen und Walbeobachtungen machen das Reiseziel attraktiv für Aktivurlauber und Naturliebhaber.

Wachsende Nachfrage in den Norden

Aufgrund der hohen Nachfrage nach Nordic-Zielen, hat der sonst überwiegend sonnige Flugplan der Ferienairline in den letzten Monaten weitere Destinationen in den Norden Europas aufgenommen. Mit Alta steuert die Airline ihr drittes Ziel in Norwegen an und die fünfte Destination in Nordeuropa. Neben den ganzjährigen Verbindungen nach Evenes (Norwegen), Kittilä (Finnland) und Reykjavík (Island) bietet Discover Airlines im Sommer auch saisonale Flüge nach Bodø (Norwegen) von München an und nimmt im Mai die Verbindung nach Ålesund (Norwegen) aus Frankfurt in ihren Flugplan auf.

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.

FREMDGELESEN: WAS ANDERE MEDIEN BERICHTEN

*Stressfrei nach Bolivien:
Visumpflicht entfällt
ab Dezember für alle
EU-Bürger*

FRANKFURTER RUNDSCHAU | Jahrelang galten in Bolivien strenge Einreisehürden – jetzt vollzieht die Regierung einen Kurswechsel. Präsident Paz verweist auf Millionenverluste durch die alte Visumpflicht. Außenminister Aramayo nennt sie ideologisch und wirtschaftsfeindlich. [Mehr](#)



*Gesundheitsbehörden
warnen vor mutierter
Virusvariante*

MALLORCA MAGAZIN | Spanien ist früher als üblich in die Grippesaison gestartet. Das Madrider Gesundheitsministerium und die Regionen haben deshalb einen gemeinsamen Aktionsplan gegen winterliche Atemwegsinfektionen verabschiedet, der Empfehlungen für den Umgang mit Grippe, RS-Virus und Corona enthält. [Mehr](#)



*Kuriose Flughäfen: Groß,
gefährlich, extravagant*

ADAC | Flughäfen sind oft mehr als Start- und Endpunkte einer Reise. Viele sind Attraktionen, faszinieren durch ihre Größe, Lage oder durch ihr Freizeit- und extravagantes Shopping-Angebot. Elf Beispiele für besondere Airports. [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](#)



*Forscher entdecken
geheimen Eingang zu den
Pyramiden von Gizeh*

RND | TGibt es in der Menkaure-Pyramide einen bisher unbekannten Eingang? Diese Frage stellt sich die Wissenschaft schon seit Jahren – und nun gibt es neue Hinweise. [Mehr](#)



*Ein Architekt, der der
Schwerkraft trotzte*

DIE ZEIT | Frank Gehrys Gebäude wirken wie aus einer anderen Welt. Seine ganz eigene Architektursprache in Bildern [Mehr](#)



*Lufthansa darf Reisende
wegen ausgelassener Flug-
segmente nicht bestrafen*

AEROTELEGRAPH | NDas oberste deutsche Gericht erklärt Nachforderungen bei ausgelassenen Segmenten für unwirksam. [Mehr](#)