

TRVL COUNTER

DAS MAGAZIN FÜR REISEBÜROPROFIS
März 2022



ITB 2022

Eine Kurzfassung
der Highlights
ab Seite 14

Die Schatzkiste *ARABIENS*

Die Wiege des Islam positioniert
sich als Top-Destination für Touristen
aus aller Welt

DRV-Rückblick und -Prognose
"Wir rechnen mit einem
richtig guten Sommer"

Pionier Studiosus
Nachhaltigkeit als Grundsatz

Kanada macht sich locker
Kommt jetzt der Nachfrage-Boom?

UKRAINE-KRIEG
Stimmen
der Branche



Tägliche News direkt
in Ihr Postfach:
trvlcounter.de/daily

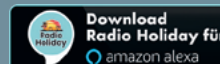
INSIDE

Sie haben Post von der Redaktion!

Radio Holiday

DAS GUTE LAUNE RADIO

DAS ERSTE RADIO DER WELT
OHNE CORONA NEWS



MEDIENPARTNER EUROWINGS DISCOVER

TRVL Counter begleitet eine große FAM-Reise Mitte März in die Dominikanische Republik nach Puerto Plata. Expedienten und Reisebüro-Mitarbeiter konnten ihr persönliches Exemplar des Magazins an Bord in Empfang nehmen. Eurowings Discover fliegt zwei Mal die Woche nach Puerto Plata, sechs Mal nach Punta Cana.

WILLKOMMEN!

Diese Ausgabe kann über viele positive Anzeichen und eine Trendwende berichten – wenn da nicht der neue Krieg wäre

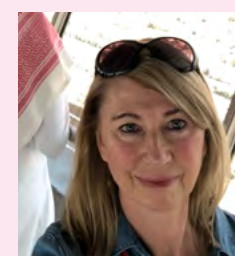
Eigentlich kann die Branche aufatmen. Endlich geht es wieder bergauf, und die Buchungen ziehen wieder an. Mehr Flüge für den Sommer, mehr Auslastung und einen früheren Start der Sommersaison sind sehr gute Vorböten für ein gutes touristisches Jahr. Wäre da nicht dieser Krieg in Europa. Mit Entsetzen und Mitleid schauen wir, was da vor unserer Haustür passiert, und viele fragen sich, ob das Unglück nicht mal Pause machen kann. Krisenerprobt ist die Reisewirtschaft: Katastrophen, Konkurrenz und Pandemie erschüttern sie wie nie zuvor. Und doch kocht immer wieder etwas anderes hoch. Nach der Pandemie kommt die schwierige Diskussion Nachhaltigkeit. Doch vorher gibt es Krieg und Leid, vielleicht damit verbunden ein neuer Eiserner Vorhang. Auf der Bühne und in den Panels der ITB wurde viel

darüber gesprochen. Doch keiner weiß, wie es weitergeht.

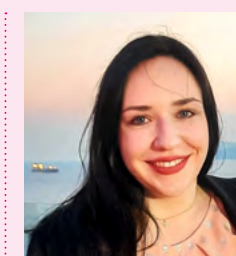
Jenseits der Betroffenheit und der Grausamkeit des Krieges sind die Aussichten der Reisewirtschaft gut bis sehr gut. Über Ostern und Pfingsten ziehen die Buchungen an und versprechen eine Trendwende für 2022. Das RKI hat kein Land mehr auf der Liste der Hochrisikogebiete, viele beliebte Destinationen wie Australien, die USA und Kanada öffnen. Selbst exotische Fernziele wie die Fiji-Inseln machen sich locker und wollen wieder zum Traumurlaubsziel werden. Auch die Redaktion merkt den neuen Aufschwung an der Zahl der Einladungen. Es sind in den ersten Monaten des Jahres viele eingetroffen. Für uns ist das gut, für unsere Leser auch.

Wir wünschen hier viel Spaß bei der Lektüre, und besuchen Sie uns Online!

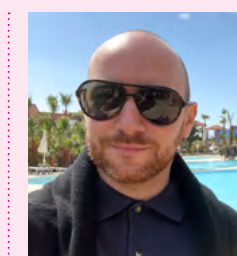
TRVL Counter war im März viel unterwegs



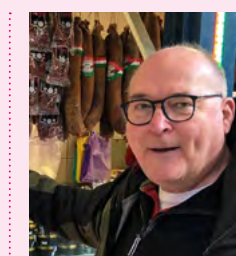
IRIS QUIRIN
Reiste nach Saudi-Arabien und kam begeistert wieder. Ein neuer Fan.



SARAH LEU
Kümmert sich sonst um die Jobanzeigen, und ging erstmals auf eine Kreuzfahrt.



ALEXANDRE JOURAVEL
Ist unser Social-Media-Manager und besuchte Zypern.



THOMAS GRETER
Kennt sich in Nordafrika gut aus. Jetzt war er auf Pressereise in Ungarn.

Foto: Privat / TRVL Counter

24

Die Schatzkiste öffnet sich

Saudi-Arabien, die Wiege des Islam, positioniert sich als Top-Destination für Touristen aus aller Welt.

Titelfoto: Saudi Tourism Authority

COUNTER

- 08 UKRAINE: ZITATE DER BRANCHE
- 10 DRV-AUSBLICK UND RÜCKBLICK
- 12 DAS JAHR 2021 IN ZAHLEN
- 14 HIGHLIGHTS DER ITB 2022
- 20 TLTU STARTET DURCH:
DAS INTERVIEW MIT ANDRÉ REPSCHINSKI

TRAVEL

- 24 SAUDI-ARABIEN WILL
TOURISTENMAGNET WERDEN:
EIN VOR-ORT-BERICHT
- 30 UNGARN, MEHR ALS NUR
BALATON UND BUDAPEST
- 34 KANADA HAT WIEDER GEÖFFNET
- 38 NACHHALTIGKEIT, ABER WIE?

- 46 COSTA TOSCANA: WIR BERICHTEN
VON DER JUNGFERNFABRT
- 50 NICKO CRUISES: GROSSE PLÄNE
MIT DER VASCO DA GAMA
- 54 A-ROSA RÜSTET SICH ZUM
TOP-PREMIUMANBIETER
- 56 DIGITAL DETOX
- 58 ORDNUNG IM HOME OFFICE

Fotos: iStock, Costa Kreuzfahrten,
Saudi Tourism Authority

STANDARDS

- 03 INSIDE
- 05 IMPRESSUM
- 06 BILDSEITE CHECK-IN
- 64 BÜCHER UND BILDBÄNDE
- 66 DISCOVER

38

NACHHALTIGKEIT

Studiosus-Chef Peter-Mario Kubsch und forum-anders-reisen-Geschäftsführerin Petra Thomas im Interview über die Fallstricke und Lösungen beim nachhaltigen Reisen.



34
KANADA
DAS PARADIES IST
WIEDER OFFEN



46
COSTA TOSCANA
MODERNE INNOVATION
AUF HOHER SEE – EIN
BERICHT ZUM START



Life! Verlag GmbH & Co. KG
Langbehnstr. 10, 22761 Hamburg
Tel. +49-40-38 90 40-0
www.lifeverlag.de

Herausgeberin
Irena Roth

**Chefredakteur und presserechtlich
verantwortlich:** Jean-Marc Göttert
jean-marc.goetttert@trvlcounter.de

Leitung Art Direktion: Bruni Davenport

Redaktionelle Mitarbeit:
Klaus Göddert, Iris Quirin, Elena Rudolph

Homepage und Newsletter „morning news“
Klaus Göddert; redaktion@trvlcounter.de

Lektorat: Iris Quirin

Marketing & Sales:
Life! Verlag GmbH & Co. KG

Andreas Lentz (Ltg.)
andreas.lentz@lifeverlag.de
Tel. +49-40- 38 90 40-24
Alexandre Jouravel
alexandre.jouravel@lifeverlag.de
Tel. +49-40- 38 90 40-28
Yvonne Popall
yvonne.popall@lifeverlag.de
Tel: +49 (0)176 48 15 92 78

(Stellenanzeigen) Touristik Jobs
Kontakt Sarah Leu
jobs@trvlcounter.de, Tel. +49-40- 38 90 40-0

Anzeigendisposition:
Life! Verlag GmbH & Co. KG
Tel. +49-40- 38 90 40-0, anzeigen@lifeverlag.de

Druck und Konfektionierung
Haase-Druck GmbH; Brandstücken 22,
22549 Hamburg; www.haase-druck.de

Es gilt die Anzeigenpreisliste Nr. 4/2022,
gültig ab 01.01.2022.
Die Mediadata finden Sie auch online
unter trvlcounter.de/mediadata

Leser- und Aboservice
Print: Einzelheft 10 €, Jahresabo Inland 30 € pro
Jahr inkl. Porto und 7% MwSt.
Abonnementpreis Ausland 52 € pro Jahr
inkl. Porto (innerhalb der EU zzgl. MwSt.
bei fehlender UID/VAT-Nr.).
abo@trvlcounter.de, Tel: +49 61 23 - 92 38-268

Für unverlangt eingesandte Bilder, Manuskripte,
Waren keine Haftung. Alle Angaben erfolgen nach
bestem Wissen, aber ohne Gewähr. Nachdruck,
Aufnahme in Online-Dienste und Internet sowie
Vervielfältigung auf Datenträger wie CD-ROM etc.
nur nach vorheriger schriftlicher Zustimmung.

© 2022 Life! Verlag GmbH & Co. KG.

CHECK-IN

Hier wurde ein Wunsch wahr

DIE DISNEY WISH WURDE STÜCK FÜR STÜCK IN DER MEYER WERFT ZUSAMMENGEFÜGT

Gleich drei Neubauten hat Disney Cruise Line bei der MEYER WERFT in Auftrag gegeben, der erste wird 2022 abgeliefert: die Disney Wish. 2021 wurde im Trockendock die Bugspitze des Liners eingepasst – ein aufwendiger Prozess. Die Disney Wish wird das erste Kreuzfahrtschiff der amerikanischen Disney-Flotte sein, das mit umweltfreundlichem Flüssigerdgas fährt. Das Innendesign greift Kulissen und Figuren vieler Disney-Trickfilme auf. Im oberen Teil eines der beiden ikonischen, roten Schornsteine ist eine einzigartige, zweistöckige Suite untergebracht. Sie ist 180 Quadratmeter groß und bietet einen traumhaften Ausblick.

Das neue Kreuzfahrtschiff ist 341 Meter lang und 39 Meter breit. In 1.254 Kabinen und Suiten können bis zu 4.000 Passagiere die Fahrt genießen. Die Mehrzahl der Kabinen sind mit Meerblick – darunter 877 (rund 70 Prozent) mit einer geräumigen Veranda. Zudem gibt es insgesamt 451 Verbindungstüren zwischen den Kabinen für Großfamilien. Die Jungfernfahrt ist für den 14. Juli 2022 geplant. Von Cape Canaveral/Florida geht es auf der fünftägigen Reise nach Nassau auf den Bahamas und zur Disney Privatinsel Castaway Cay. ⚓

➔ Mehr Infos: <https://dclnews.com/>



„Es ist unfassbar und macht mich persönlich tief betroffen, dass im 21. Jahrhundert diplomatische Bemühungen nicht erfolgreich waren und den Angriff Russlands auf die Ukraine nicht verhindern konnten. Die Diplomatie muss jetzt schnell die Oberhand gewinnen. Das muss jetzt im Mittelpunkt allen politischen Handelns stehen.“

Norbert Fiebig, Präsident des Deutschen Reiseverbands (DRV)



„Wir lehnen Gewalt ab und sehen Dialog als Grundprinzip.“

Martin Ecknig, Geschäftsführer der Messe Berlin bei der Eröffnung der ITB 2022



„Es gibt kein besseres Gegenstück und Gegengewicht gegen den Krieg als Tourismus.“

Robert Habeck, Bundeswirtschaftsminister bei seiner Eröffnungsrede zur ITB



„Die Auswirkungen für die ukrainische Bevölkerung machen uns tief betroffen.“

Deshalb möchten wir den Menschen helfen. Von dem menschlichen Leid – den Toten und Verletzten – sind wir alle erschüttert. Mit unseren Spenden möchten wir den Opfern des Krieges helfen.“

Gerald Kassner, Geschäftsführer schauinsland-reisen



„Wir sind tief über den Konflikt in der Ukraine betroffen und unterstützen viele Hilfsaktionen, die an den verschiedenen FTI-Standorten von unseren Mitarbeitern für die Ukraine aktuell durchgeführt werden.“

Generell verstehen wir Reisen als Möglichkeit, Kontakt zu neuen Kulturen aufzubauen und Freundschaften zu knüpfen.“

Ralph Schiller, CEO FTI GROUP



„Die Tourismusbranche, in der ich mich seit über drei Jahrzehnten bewege, steht für Völkerverständigung, für interkulturellen Austausch, für Menschen, die sich begegnen, und zwar über Ländergrenzen hinweg. Sie bekriegen sich nicht, sondern entwickeln Freundschaften. Und deswegen erschüttert die Entwicklung in der Ukraine die touristische Welt, die für Frieden und für Zukunftsgestaltung steht.“

Michael Buller, Vorstand des Verbands Internet Reisevertrieb (VIR)



„Wir verbinden Menschen, Kulturen und Volkswirtschaften. Wir tragen zum Frieden bei.“

Carsten Spohr, Vorstandschef der Lufthansa AG



„Der Tourismus steht für Verständigung, grenzübergreifendes, friedliches Zusammenleben sowie für die Achtung der Natur und Kultur anderer Länder.“

Anke Budde, Vizepräsidentin der asr



„Ich hoffe sehr, dass das Leid so schnell wie möglich endet und alle Menschen in der Ukraine ihre Freiheit behalten.“

Gleichzeitig wünsche ich mir für die Menschen in Russland, dass die Ära Putin möglichst bald endet.“

Ingo Lies, Gründer und Chef von Chamäleon

Fotos: PR Fotos

„ES IST UNFASSBAR UND BERÜHRT UNS ALLE“

Was Touristiker zum Krieg sagen



„Es werden derzeit keine Russland-Buchungen mehr entgegengenommen. Wir fühlen uns aus ethischen und moralischen Gründen verpflichtet, ein klares Zeichen zu setzen. Wer Völkerrecht mit Füßen tritt und zudem militärisch aktiv in ein Nachbarland einmarschiert, darf nicht toleriert werden.“

Manfred Häupl, Inhaber Hauser Exkursionen



„Die Bilder, die uns jeden Tag erreichen, sind schwer zu ertragen, sie berühren uns und machen uns unendlich traurig. Wir verurteilen diesen von der russischen Regierung ausgelösten, völkerrechtswidrigen Angriffskrieg aufs Schärfste. Unsere Gedanken sind bei allen Ukrainern.“

Stefan Baumert, Vorsitzender TUI Deutschland

„Ich rechne mit einem richtig GUTEN SOMMER!“

Die Deutschen wollen und können wieder verreisen. Der DRV blickt auf ein weiteres schwieriges Jahr zurück, sieht aber eine klare Tendenz zur Erholung schon in dieser Saison.

Text Jean-Marc Göttert



„Ohne die Unterstützung durch die Bundesregierung sähe die Situation in der Branche heute ganz anders aus.“

NORBERT FIEBIG
DRV-Präsident

Das Bedürfnis zu reisen und der Wunsch nach Erholung ist bei den Deutschen definitiv zurück“, sagt Norbert Fiebig, Präsident des Deutschen Reiseverbands (DRV) und blickt damit optimistisch auf die kommende Urlaubssaison. Dass die Reise- lust deutlich anzieht, stimmt die Branche nach zwei wirtschaftlich schwierigen Jahren positiv. „In diesem Jahr rechne ich mit einem richtig guten Sommer, die Reiselust der Deutschen ist da. Schwer abzuschätzen bleiben jedoch die möglichen Auswirkungen aufgrund der Lage in der Ukraine“, sagte Fiebig auf einer Pressekonferenz Anfang März. Und wie fällt die wirtschaftliche Prognose fürs kommende Jahr aus? „Auf das gesamte touristische Jahr gesehen, werden wir aufgrund des herausfordernden Winters voraussichtlich noch nicht ganz an die Vor-Corona-Umsätze herankommen“, räumt Fiebig ein. „In 2023, da bin ich optimistisch,

können wir aus heutiger Sicht wieder Umsätze auf dem Niveau der Vor-Corona-Zeit erwarten.“

Einen Hoffnungsschimmer gibt es bereits: So erwarten die Experten des DRV für die Osterferien eine Trendwende im Reiseaufkommen. Bis Pfingsten werde das Geschäft weiter an Fahrt aufnehmen. Fast ein Drittel aller im Februar getätigten Neubuchungen sind Abreisen rund um Ostern und Pfingsten, so der DRV. Für Ostern gibt es eine erhöhte Nachfrage für Flugpauschalreisen in die Regionen Antalya, Hurghada und Palma de Mallorca. Beliebt sind auch die Malediven und die Kanarischen Inseln Fuerteventura, Lanzarote und Teneriffa. Auch Abu Dhabi und Punta Cana in der Dominikanischen Republik verzeichnen eine hohe Nachfrage.

Rückgang in 2021

Weniger schmeichelhaft war das Ergebnis im vergangenen Jahr, was vor allem am Totalausfall der Wintersaison 2020/2021

lag. „Hier waren aufgrund von Corona-Lockdowns und weiteren zahlreichen Einschränkungen kaum Reisen möglich“, erklärte Fiebig. Das Ergebnis: Die Reiseausgaben (pauschal und selbstorganisiert zusammengerechnet) sind im Vergleich zum Winter 2019/2020 um fast 90 Prozent eingebrochen. „Im Sommer 2021 haben wir dann die Wende gesehen“, sagte der DRV-Präsident. „Es wurde wieder sehr viel mehr gereist, und die Reiseausgaben kletterten von 16 Milliarden Euro im Sommer 2020 um 64 Prozent auf fast 27 Milliarden Euro.“ Dennoch reichte dieses kräftige Plus bei Pauschal- und Individualreisen in den Sommermonaten nicht aus, um die dramatischen Einbrüche aus dem Winter auszugleichen. Am Ende gab es für das Gesamt-Touristikjahr ein Minus von zehn Prozent.

Dass trotz dieser schwierigen wirtschaftlichen Entwicklung nur vereinzelte Insolvenzen und Geschäftsaufgaben in der Branche zu verzeichnen gewesen sind, ist den Hilfsfonds und Unterstützungsgeldern der Regierung zu verdanken: „Die Unterstützungsmaßnahmen der Bundesregierung haben einen Zusam-

menbruch der Infrastruktur der deutschen Reisewirtschaft in den vergangenen zwei Jahren verhindert“, hebt Fiebig die Bedeutung der staatlichen Hilfen hervor. „Ohne diese Unterstützung sähe die Situation ganz anders aus.“

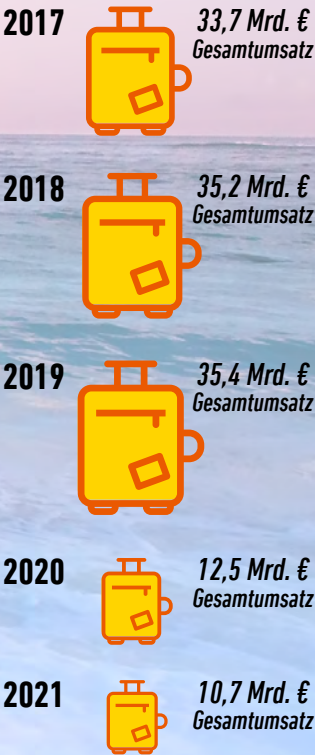
Comeback der Pauschalreise

Der aktuelle Anstieg zeigt, dass sich die Branche auf einem guten Aufholkurs befindet. „Reisende setzen in der Pandemie verstärkt auf die Sicherheit der Pauschalreise“, so Fiebig. Urlauber erkennen offenbar die Vorteile: ein gutes Preis-Leistungs-Verhältnis, ein verlässliches Sicherheitsmanagement und schnelle Hilfe durch die Reiseveranstalter im Fall der Fälle. Als Rundum-Sorglos-Paket bieten organisierte Reisen eine bessere rechtliche Absicherung als einzeln gebuchte Reisebausteine. Zum großen Zuspruch der Pauschalreise tragen auch die flexiblen Umbuchungs- und Stornierungsmöglichkeiten der Pauschalangebote bei. „Die Pauschalreise ist heute so individuell und so flexibel wie nie“, so Fiebig.

Kreuzfahrtmarkt eingebrochen

Von den Auswirkungen der Corona-Pandemie war der Kreuzfahrtmarkt stark gebeutelt: 2019 lag das Umsatzvolumen der Hochsee- und Flusskreuzfahrten bei rund sechs Milliarden Euro. 2021 sackte der Umsatz auf 1,1 Milliarden Euro ab. Gegenüber dem Vorjahr war das ein Rückgang

ABSTURZ DER REISE-UMSÄTZE IN DEUTSCHLAND



Quelle: GfK Mobilitätsmonitor (vor Reiseantritt gebuchte Leistungen für Urlaubs- und Privatreisen mit mind. einer Übernachtung)

um 52 Prozent. Dabei war das Hochsee-Segment aufgrund der weltweiten Reisebeschränkungen mit 56 Prozent stärker betroffen als der Flusskreuzfahrtmarkt mit 20 Prozent Rückgang. Dennoch blickt auch die Kreuzfahrtbranche positiv in die Zukunft und ist zuversichtlich, dass die Schiffe im Sommer wieder gut ausgelastet sein werden. ⚓

Infos: www.drv.de

Foto: DRV / iStock

DER REISEMARKT 2021 in Zahlen

In den Jahren vor Corona stiegen die Reiseausgaben der Deutschen Jahr für Jahr deutlich – bis zuletzt auf 69,5 Mrd. Euro in 2019. 2020 kam die Wende – die Reiseausgaben stürzten um 54 Prozent auf 31,9 Mrd. Euro ab. 2021 ging es weiter bergab auf 28,8 Mrd. Euro.

Der Rückblick zeigt: Die Corona-Pandemie hat das Reiseverhalten der Deutschen dramatisch beeinflusst und die deutsche Reisewirtschaft finanziell erheblich belastet. Wie viel gaben die Bun-

desbürger für ihren Urlaub aus, wie hoch waren die Umsätze von Reisebüros und Reiseveranstaltern genau? Einen Überblick über die Entwicklung der Reisewirtschaft im vergangenen Jahr liefert die aktuell

vom Deutschen Reiseverband (DRV) veröffentlichte Datensammlung „Zahlen und Fakten zum deutschen Reisemarkt 2021“ mit Schwerpunkt auf Auslandsreisen der Deutschen. Die wichtigsten Zahlen. 📌

55,1 Mio.

Urlaubsreisen

(davon >36 Prozent Pauschal- und Bausteinreisen, organisiert mithilfe von Reiseveranstaltern und Reisebüros.)



über
50%

der Veranstalterreisen werden im Reisebüro gebucht.

2.300

Reiseveranstalter gibt es aktuell in Deutschland

47,8 Mio.



Reisende machen Urlaubsreisen ab fünf Tagen Dauer (Vorjahr: 44,6 Mio.).



1,2

Reisehäufigkeit (Durchschnittl. Anzahl der Reisen pro Reisendem)

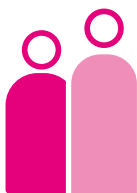
67,8%

REISE-INTENSITÄT (Anteil der Bevölkerung, der reist)



2,9 Mio.

Beschäftigte gibt es in der Tourismusbranche in Deutschland (entspricht sieben Prozent aller Arbeitsplätze).



310,3 Mio.

Übernachtungen gab es in Deutschland (+2,7%).

ca. 37%

der Reisen finden 2021 in Deutschland statt.



Quellen: DRV-Vertriebsdatenbank, Bundesverband der Deutschen Tourismuswirtschaft, Statistisches Bundesamt, [Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen Reiseanalyse 2022](#)



UNGARN

Von Wasser und Wein

Das Land im Herzen Europas ist mit Wasser gesegnet: von der herrlichen Donau und anderen Flüssen über die Seen bis hin zu seinen Thermalquellen und den Kurbädern. Nach dem Badespaß warten edle Tropfen der Extraklasse.



An der schönen blauen Donau

Der mächtige Strom fließt 300 Kilometer durch Ungarn, zunächst als Grenzfluss im Norden, wo man mittelalterliche Burgen am Ufer findet, dann südwärts durch die Hauptstadt Budapest. Das Donaupanorama gehört, ebenso wie das vom Schiff aus gut sichtbare Burgviertel, zum UNESCO-Weltkulturerbe. Herrliche Aussichten genießt man auch auf das Parlamentsgebäude und die traditionsreichen Thermalbäder der Stadt.

Kurbäder mit langer Geschichte

Die Geschichte der Thermalbäder in Ungarn reicht zurück bis in die Römerzeit. Bereichert mit eigenen Traditionen haben sie später die Osmanen. In Budapest, wo Kurbäder seit dem 19. Jahrhundert

Heilungs- und Erholungssuchende von nah und fern anlocken, wurden manche der extravaganten Gebäude zu Aushängeschildern der Baukunst, etwa des Jugendstils.

Heißquellen und heilende Seen

Gespeist werden die Bäder der Hauptstadt von über 100 der insgesamt 1.500 Thermalquellen, die Dutzende von Thermen und Kurbädern im ganzen Land mit Heilwasser versorgen – wie auch den weltgrößten natürlichen und biologisch aktiven Thermalsee, den Heilsee, der im Kurort Hévíz in der Nähe des Plattensees ganzjährig zum Baden und Erholen einlädt.

Ganzjähriger Spaß am Plattensee

Als Europa geteilt war, trafen sich am Plattensee Urlauber aus

Ost und West, die Badefreuden, Wassersport oder Aktivurlaub mit Wander-, Rad- oder Klettertouren suchten. Der See bietet mittlerweile Attraktionen zu jeder Jahreszeit. Verschiedene Musikfestivals locken internationale Besucher in die Region.



Edle Tropfen aus Tokaj

Wasser ist jedoch nicht die einzige Flüssigkeit, die man mit Ungarn verbindet. Die Weinbaugeschichte der Vulkanregion Tokaj im Nordosten, die sogar in der Nationalhymne besungen wird, reicht rund tausend Jahre zurück. Tokajer Ausbruch, der aus Trockenbeeren hergestellt wird und jahrelang in Eichenfässern reift, gehört zu den besten Süßweinen der Welt.

Fotos: Ungarisches Tourismusamt

HOFFNUNG AUF DER ITB

Die gute Nachricht auf der ITB: Die Branche erholt sich von der Pandemie. Bei vielen Paneldiskussionen ging es um Nachhaltigkeitskonzepte.

Die Reisebeschränkungen der Pandemie fallen, der Wunsch zu reisen steigt, das sind gute Prognosen. Dennoch wird die Tourismusbranche noch bis Ende 2023 brauchen, um wieder Umsätze in der Vor-Pandemiezeit zu erzielen, sagte DRV-Präsident Norbert Fiebig auf der virtuellen Eröffnungspressekonferenz des ITB Berlin Kongresses.

Er zeigte sich erschüttert von der Invasion in der Ukraine und sprach von einem humanitären Desaster, das umgehend beendet werden müsse. „Der Krieg und die internationalen Reaktionen darauf werden Auswirkungen auf unser Leben haben, die spezifischen Konsequenzen können wir

INFOS ZUR ITB
Mit dem ITB Berlin Kongress startete die diesjährige ITB Berlin 2022. In mehr als 100 Sessions tauschten sich rund 220 Experten über wichtige Branchenthemen wie Zukunft & Resilienz, Digitalisierung und Nachhaltigkeit aus.

Die Videos vom ITB Berlin Kongress 2022 sind auch auf YouTube verfügbar.

ITB-Chef David Ruetz zeigte sich zufrieden mit der Internationalität der abgelaufenen ITB sowie von den hochkarätigen Podiumsteilnehmern und Referenten. Die Videos vom ITB Berlin Kongress 2022 sind auch auf [YouTube](#) verfügbar.

momentan jedoch nur schwer vorhersagen“, so Fiebig. Es könne durchaus sein, dass Reisen aufgrund der gestiegenen Energiepreise künftig teurer würden.

Die ITB Berlin sei von jeher darauf ausgerichtet, Brücken zu bauen und Dialog zu ermöglichen, erklärte Martin Ecknig, Geschäftsführer der Messe Berlin. Messen stünden für internationale Verständigung. Ecknig zeigte sich überzeugt, dass die ITB im kommenden Jahr als Präsenzveranstaltung durchgeführt werden könne, wobei weiterhin digitale Elemente vorgesehen seien.

Bundeswirtschafts- und Klimaschutzminister Robert Habeck outete sich im Rahmen seiner Keynote als Reisefan und als Liebhaber des ITB-Kulturpartnerlandes Georgien. Gleichzeitig stand er sichtlich unter dem Schock der jüngsten Ereignisse – und sagte, sein Grußwort sei sicherlich das schwerste, das ein Tourismusminister jemals auf der ITB gesprochen habe. „Wenn man genau überlegt, was Tourismus ist, dann gibt es eigentlich kein besseres Gegenstück und Gegengewicht zum Krieg als Tourismus“, sagte Habeck. Er betonte aber auch die wirtschaftliche Bedeutung des Tourismus, der in Deutschland direkt und indirekt für sieben Prozent der Wertschöpfung und für neun Prozent der Beschäftigung Sorge. Er betonte die tragende Rolle der mittelständischen Unternehmen im Tourismusgeschäft, etwa Busunternehmen, Restaurants oder Beherbergungsbetriebe, und erklärte, dass die Bundesregierung dieser bei der Bewältigung des Fachkräftemangels unterstützen wolle. Habeck führte an, dass Deutschland nicht nur Reiseweltmeister sei, sondern damit auch Weltmeister beim Verbrauch von fossilen Energien durch den Tourismus. Der Neustart der Tourismusbranche nach der Pandemie sollte aus seiner Sicht deshalb auch ein Neustart Richtung Klimaneutralität und Nachhaltigkeit sein. 🌱



FROHE BOTSCHAFT
DRV-Präsident Norbert Fiebig kam mit guten Zahlen nach Berlin. Die Lage wird besser.



TOURISTIK-FAN HABECK
Sein Grußwort sei sicherlich das schwerste, das ein Tourismusminister jemals auf der ITB gesprochen habe, so Bundeswirtschaftsminister Robert Habeck. Er stand noch sichtlich unter dem Schock der jüngsten Kriegseignisse.



ERKLÄRUNG ZUM UKRAINE-KONFLIKT
„Wir lehnen Gewalt ab und sehen Dialog als Grundprinzip“, so Martin Ecknig, Geschäftsführer der Messe Berlin. Auch Prof. Dr. Levan Izoria, Botschafter von ITB-Partnerland Georgien, versprach Unterstützung und Solidarität für die Ukraine.



VIRTUELL DABEI
Wer wollte, konnte sich einen digitalen Zugang zur ITB besorgen und damit von jedem Gerät aus die Live-Sessions verfolgen. Die Videos sind jetzt auf YouTube verfügbar.



PANELDISKUSSIONEN
Rund 30 Minuten waren jeweils die virtuellen Talkrunden mit zum Teil prominenten Teilnehmern.

Fotos: ITB Messe Berlin

ABGESCHIEDEN.
Stille und schöne
Buchten gibt es auf
Mallorca zuhau.

Frühlingsgefühle bei TUI

Beim größten Reisekonzern TUI zeigt die Buchungskurve aktuell weiter nach oben. Der Marktführer zieht den Saisonstart für Griechenland vor und präsentiert jetzt die wichtigsten Sommer- und Urlaubstrends.

Text Jean-Marc Göttert

Kurz vor Beginn der Internationalen Tourismus Börse (ITB) in Berlin Anfang März meldet der Reisekonzern TUI aktuell erfreulich steigende Buchungszahlen. TUI Deutschland erwartet eine starke Sommersaison 2022. Wegen der guten Buchungseingänge zieht der Marktführer den Saisonstart für Griechenland vor und hebt mit TUIfly bereits Anfang April nach Kreta, Rhodos und Kos ab. Insgesamt werden 120 Zusatzflüge zu Ostern und Pfingsten aufgelegt.

Einzig die Folgen des Konflikts in der Ukraine seien für die Touristik schwer einzuschätzen, hieß es aus Hannover. „In dieser Zeit an so etwas Unbeschwertes wie Urlaub zu denken, fällt ohne Zweifel schwer“, sagte Stefan Baumert, Vorsitzen-

der der Geschäftsführung. „Die Bilder, die uns jeden Tag aufs Neue erreichen, sind schwer zu ertragen, sie berühren und machen unendlich traurig. Wir verurteilen diesen völkerrechtswidrigen Angriffskrieg, ausgelöst von der russischen Regierung, aufs Schärfste. Unsere Gedanken sind in diesen dunklen Tagen bei den Ukrainerinnen und Ukrainern, die für ihre Freiheit kämpfen. Und wir denken an die vielen Familien auf der Flucht und werden auch die TUI Care Foundation im Rahmen der Aktion ‚Helping Hands for the Ukraine‘ mit UNICEF unterstützen“, so Baumert.

„Es ist das erste Sommergeschäft, das an das Vor-Pandemie-Niveau herankommt“, so Baumert. „Die Menschen sehnen sich nach schönen Erlebnissen und nach Reisen.“

1. DIE KLASSIKER RUND UMS MITTELMEER SIND 2022 WIEDER GEFRAGT

„Insbesondere die Klassiker rund ums Mittelmeer sind gefragt und verzeichnen Zuwächse, die sogar über dem Niveau von 2019 liegen“, erklärte TUI-Deutschland-Chef Stefan Baumert. Weil die Buchungen stark anziehen, wird TUI den

Saisonstart für Griechenland vorziehen. Bereits Anfang April fliegt TUIfly wieder nach Kreta, Rhodos und Kos. Insgesamt werden 120 Zusatzflüge im April aufgelegt, die Hälfte davon (62) starten sogar nach Griechenland. Nach Mallorca

werden 48 Flüge abheben. Damit fliegt die Airline nach der vorgezogenen Saisoneroöffnung bereits ab April täglich nach Mallorca. Mehr Kapazitäten gibt es auch für die Kapverdischen Inseln, Ägypten und die Türkische Ägäis.

2. ALLZEITHOCH FÜR DIE MALEDIVEN in 2022

Erste Analysen zeigen: Mittelmeerdestinationen wie Mallorca, die Türkische Riviera und einige der griechischen Inseln gelten als Top-Favoriten des Sommers. Zypern, die Kapverdischen Inseln und Ägypten verzeichnen ebenfalls eine gute Nachfrage. „Besonders erfreulich ist, dass die Familien zurück sind und sich schon vielerorts die besten Plätze und Angebote in den Sommerferien gesichert haben“, sagt TUI-Chef Baumert. „Wir sehen gute Eingänge bei Familienhotels unserer eigenen Marken wie Robinson oder TUI Blue.“ Aber auch Sehnsuchtsziele in der Ferne wie die USA, Malediven, Mauritius, Dominikanische Republik und Mexiko legen zu. „Die Malediven laufen im Sommer in Richtung Allzeithoch“, so Baumert. Ein Comeback steht auch Thailand, Indonesien und Kuba bevor.

Im Sommer werden die Deutschen auch wieder oft mit dem Auto in den Urlaub starten. Es zeichnet sich bereits ab, dass es vor allem an der Nord- und Ostseeküste in Schleswig-Holstein und Mecklenburg-Vorpommern

WUNDERSCHÖNE ATOLLE
Von oben betrachtet sehen die Atolle der Malediven aus wie kleine Spiegeleier im Blau des Indischen Ozeans.



eng sein wird. „Nicht jeder, der möchte, wird im Juli und August kurzfristig eine Unterkunft in Strandnähe finden. Früh buchen lohnt sich für diejenigen, die auf die Ferienzeiten angewiesen sind“, weiß Baumert. Eine hohe Nachfrage sieht der TUI Deutschland-Chef auch für andere Autoreiseziele wie Österreich, Polen, Kroatien oder Norditalien. TUI

baut hier das Angebot vor allem bei Familienunterkünften weiter aus. 13 TUI Kids Clubs stehen im Sommer 22 zur Wahl, darunter der TUI Kids Club Ambassador in Venetien und der TUI Kids Club Bel Mare in Misdroy als erstes TUI-Markenhotel in Polen. Das Vier-Sterne-Aparthotel bietet große Apartments an sowie einen Außenpool mit Rutschen.

3. RIU ERSTMALS IM SENEGAL

TUI expandiert weiter und erschließt mit dem Senegal mit der Hotelmarke RIU eine neue Urlaubsregion. Zur Sommersaison eröffnet das RIU Baobab als erstes Hotel an der westafrikanischen Küste im Gebiet von Point Sarène. Das neu-erbaute Hotel bietet Fünf-Sterne-Standard, 500 Zimmer und All In-clusive. Erst 2017 wurde der neue internationale Flughafen Blaise-Diagne fertiggestellt, der 35 Kilometer vom neuen RIU Hotel entfernt liegt. Flüge mit der eigenen Airline TUIfly in den Senegal sind bereits in Planung. Auch der Expansionskurs von TUI Blue wird fortgesetzt. Zur Auswahl stehen das TUI Blue Sensatori Biomar auf Mallorca, das TUI Blue Olhuvli Romance erstmals als Marke auf den Malediven sowie das TUI Blue Sen-satori Cap Cana bei Punta Cana.

5. GANZHEITLI-CHER ANSATZ FÜR NACHHALTIG-KEIT AUF RHODOS

Gemeinsam mit Rhodos will TUI in den nächsten fünf Jahren zusammenarbeiten und setzt auf nach-haltiges Wachstum für die Insel. Auch der Schutz von Biodiversität und Natur soll noch stärker zum integralen Bestandteil des Destina-tionsmanagements werden. Aus-und Weiterbildungsangebote wer-den die Teilhabechancen für die auf der Insel lebenden Menschen stärken. Von der Förderung des kul-turellen Erbes profitieren Rhodos und der Tourismus gleichermaßen. Der ökologische Fußabdruck soll durch neue Konzepte für das En-ergie-, Wasser- oder Müllmanage-ment massiv verringert werden.



4. NACHHALTIGE URLAUBS-ENTSCHEIDUNGEN LEICHT GEMACHT: TUI KENNZEICHNET GRÜNE HOTELS

Nachhaltigkeit spielt für Urlau-ber eine immer größere Rolle, deswegen liegen klimascho-nende Reiseangebote im Trend. Um nachhaltige Urlaubsent-scheidungen jetzt noch einfa-cher zu machen, kennzeichnet TUI Hotels mit einer anerkannten Nachhaltigkeitszertifizie-rung mit einem neuen Label in den Reservierungssystemen und auf TUI.com. Damit erhal-ten Gäste wertvolle Informa-tionen für eine nachhaltigere Reiseentscheidung. „Nachhal-tigkeit ist seit Jahrzehnten Teil der TUI-DNA. Wir machen alle

Hotels aus unserem Programm, die sich besonders für den Klimaschutz, soziale Standards und für die Menschen vor Ort einsetzen, jetzt für jeden sicht-bar und werden die Angebote kontinuierlich ausbauen. Ho-tels mit Nachhaltigkeitszertifi-zierungen sind bei den Gästen beliebt, denn sie haben in etwa doppelt so viele Stammgäste wie andere Häuser“, bestätigt Hubert Kluske, Geschäftsführer Marketing und Vertrieb. Kon-zernweit haben seit 2015 über 45 Millionen TUI-Urlauber in grünen Hotels übernachtet.



6. TUI STOCKT ZAHL DER REISELEITER IN DEN URLAUBSGEBIETEN AUF

„Mit der wachsenden Zahl an Urlaubs-gästen erleben auch die Reiseleiterinnen und Reiseleiter ihr Comeback. Wir sehen, dass unsere Reisenden es besonders schätzen, einen persönlichen Ansprech-partner im Urlaub zu haben. Sicherheit spielt heute eine größere Rolle als vor zwei Jahren“, weiß TUI-Manager Hubert Kluske. Die persönliche Präsenz in den Urlaubsländern wird zum Sommer 2022

daher maßgeblich erhöht. 250 zusätz-liche Reiseleiterinnen und Reiseleiter werden eingesetzt. Dabei setzt Kluske auf ein dreistufiges Konzept aus persönlichem und digitalem Service: Neben einem großen Service-Team in den Hotels steht Gästen ein Contact-Center zur Verfügung, das rund um die Uhr erreichbar ist. Zu-dem bietet TUI mit der eigenen App einen modernen, digitalen Service, so dass Urlauber jederzeit Transferzeiten abrufen oder buchen können.



2023 AUSBLICK

„Wir sehen immer noch einen hohen Nach-holbedarf bei Reisen. Aktuell deutet vieles darauf hin, dass wir in diesem Jahr ein Som-mergeschäft sehen werden, das an das Vor-Pan-demie-Niveau herankommt, denn die Menschen sehnen sich nach schönen Erlebnissen und nach Reisen“, so TUI Deutschland-Chef Stefan Baumert. In den Ferien im Juli und August werden die Flieger auf vielen Strecken im Mittelmeerraum und auf die Kanaren und Kapverden schnell ausge-bucht sein.

Anzeige

Allianz  Travel

Träume werden Urlaub

Endlich wieder. Und hoffentlich bald wie früher. In jedem Fall mit dem richtigen Reiseschutz für Sie und Ihre Kunden. Von uns.
→ Erfahren Sie mehr unter allianz-reiseversicherung.de

Mit wichtigen Corona-Leistungen und unserem Real-Time Service

Fotos: iStock

„WIR HABEN DAS BESTE AUS BEIDEN WELTEN“

Die TUI baut ihren Eigenvertrieb stärker aus, unter anderem mit einer neuen Website für die mobilen Berater. TLT Urlaubsreisen kündigt weitere Features für den Sommer an. Ein Gespräch mit André Repschinski über eine Zeitenwende für die Mobilen.

Interview Jean-Marc Göttert

Die URL reiseberatung.de bringt ja alles auf den Punkt. Wie haben Sie die im Web reservieren können?

Als wir gemerkt haben, dass diese URL nicht besetzt ist, haben wir sofort zugegriffen. Wir haben zuvor mit fünf unterschiedlichen URLs gearbeitet, was für den Kunden wenig sinnvoll ist. Deswegen habe ich mich entschieden, alles unter dieser URL zusammenzufassen.

Auffällig ist, dass die drei Marken nicht im Mittelpunkt stehen, sondern die Berater. Wie kam das?

Wir haben überlegt, was aus Kundensicht am meisten Sinn macht. Und aus Kundensicht macht es keinen Sinn, in der Erstanrede mit drei Marken aufzutreten, die einen unterschiedlichen Look haben. Das ist zu kleinteilig. Der Kunde soll uns schnell und einfach finden und bei uns landen. Wenn er dann auf die einzelnen Berater geht, dann trifft er ja durchaus auch auf die jeweilige Marke, unter der die Berater am Ende agieren. Die findet sich auch beim Berater auf der individuellen Beraterseite wieder.

Die Berater bekommen also einen großen Auftritt?

Genau, das war auch das Ziel, dass

sie wirklich im Vordergrund stehen, weil sie den Kontakt mit den Kunden machen. Wir haben uns als Zentrale zurückgenommen und haben bewusst gesagt: Wichtig ist, die Kundenbeziehungen weiterzuentwickeln. Wir stellen also die Menschen in den Vordergrund.

Und die Leistung von TLTU?

Reisebüroexpedienten oder touristische Fachkräfte forschen viel im Internet und kommen dann relativ

ANDRÉ REPSCHINSKI

Der Touristikprofi machte seine Ausbildung in einem First Reisebüro. Bevor er bei TUI Reisecenter den Franchise-Vertrieb von TUI kennenlernte und am Qualitätsmanagement der TUI-

Büros arbeitete, war er unter anderem für Öger Tours tätig. Er leitet die TLT Urlaubsreisen mit seinen knapp 700 selbstständigen Beratern seit Juli 2020 mit Matthias Gering.

schnell auf reiseberatung.de. Und wenn sie dort sehen können, wie sie als unabhängige, mobile Berater bei uns aufgestellt sein können, und welche Leistung sie erwarten können, dann ist schon viel gewonnen. Und dann finden sie ganz automatisch auf unseren Unternehmensbereich, wo unser breites Leistungsportfolio dargestellt ist.

Die Profile der Berater machen einen durchgängig professionellen



GRUSS AN DIE DROHNE.
Die Teilnehmer auf Zypern erlebten eine interessante und spannende Jahrestagung.

Eindruck, was bei rund 700 Teilnehmern kein Selbstläufer ist. Wie wurde das organisiert?

Das war in der Tat recht aufwendig. Für die Kreation der Webseite, sowohl technisch als auch vom Layout her, haben wir rund ein halbes Jahr gebraucht. Das wurde gemeinsam mit einer professionellen Agentur umgesetzt. Für die Berater haben wir Briefings aufgesetzt, mit denen sie zu ihrem Fotografen gehen konnten, also Hinweise zum Hintergrund, Tipps für die Kleidung und Haltung. So haben wir alles sehr einheitlich hinbekommen. Vorlagen gab es auch fürs eigene Profil, damit nicht jeder Zweite reinschreibt, meine Leidenschaft war schon immer das Reisen. Es

sollte mehr Individualität reinkommen, und das wurde gut umgesetzt. Am Ende des Tages sind alle in der gleichen Art und Weise, aber mit Schwerpunkt auf den individuellen Stärken auf der Webseite gelistet dargestellt. Das war ein Mammutprojekt!

Sie haben für den Sommer eine zweite

Stufe mit weiteren Features angekündigt. Was ist da geplant?

Die bisherige technische Basis der Websites war alt. Beim Neuauftritt haben wir dann alles gleich auf den neuesten Stand gebracht. Bei der Gelegenheit haben wir dafür gesorgt, dass überhaupt Ausbaustufen irgendwann möglich sein können.

Zum Beispiel?

Etwa eine Online-Terminverwaltung, wie man sie im Prinzip von modernen Arztpraxen mittlerweile kennt, wo Nutzer selber Termine buchen können. Das gibt es zwar bei uns schon, nur die Systeme müssen integriert werden. Wichtig ist auch die Online-Beratung, die

heute separat über ein weiteres System läuft. Dann geht es los mit Zoom oder Teams oder auch entsprechenden touristischen Systemen wie PaxConnect. Wir wollen alles ohne Medienbruch über eine Webseite laufen lassen. So kann die Kundenberatung über einen einzigen Touchpoint laufen und nicht über mehrere. Das



Corona hat dazu beigetragen, dass die mobile Beratung heute ein Image bekommen hat, das sie schon lange verdient.

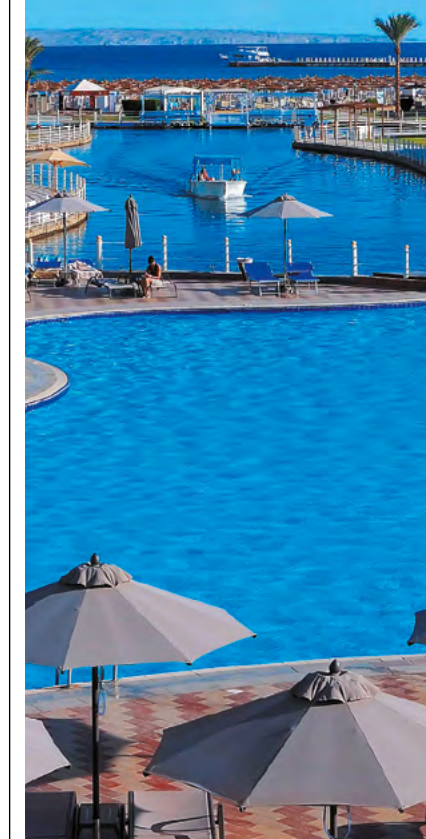
Fotos: TLTU / TUI Deutschland

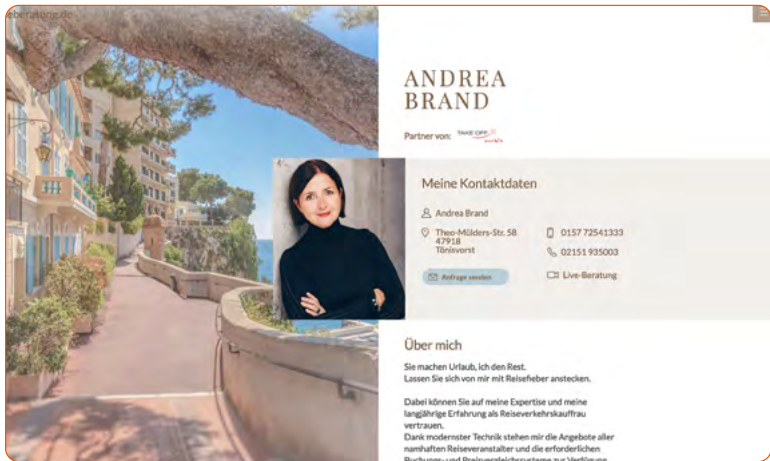


**schauinsland
reisebüro**

**Ägypten
Hurghada**
Dana Beach Resort

**Mit
eigenem
Lagunensand-
strand**





reiseberatung.de

Berater haben eine zentrale und professionelle Anlaufstelle im Netz

Auf einer neuen Website werden die mobilen Berater mit Bild, Profil und Social-Media-Kanälen vorgestellt. Kunden können ihren Berater bundesweit nach PLZ und Ort filtern und suchen, oder auch nach Zielgebietskenntnissen. Im Sommer wird auf der Seite ein Terminvereinbarungstool installiert sowie eine neue Funktion für Online-Meetings und Kundenberatungsgespräche. Neulinge profitieren von einem Starter-Paket.

macht es komfortabler und am Ende professioneller. Und darum geht es dann auch. Und es sind Ausbaustufen, die optional angeboten werden. Dennoch sehen wir, dass die Nachfrage da ist. Unsere Website ist jetzt technisch gesehen state of the art und vom Look&Feel einzigartig.

Wir haben uns bewusst als Zentrale zurückgenommen und stellen den Menschen in den Vordergrund.

Spielt die Aufwertung der mobilen Reiseberater strategisch eine Rolle im Vertriebsmix der TUI oder ist sie eher eine Antwort auf die Folgen der Pandemie?

Vom TUI-Konzern gibt es keine Vorgaben oder Pläne, die eine bestimmte Gewichtung vorsehen. Allerdings hat die mobile Beratung inzwischen eine ganz andere Aufmerksamkeit bekommen. Das negative Thema Corona hat dazu beigetragen, dass die mobile Reiseberatung heute einen anderen Stellenwert hat und ein Image bekommen hat, das sie schon lange verdient hat. Zum Beispiel, dass sie immer schon digital unterwegs waren. Der Wunsch nach mehr Flexibilität und nach Unabhängigkeit ist natürlich in der mobilen Beratung stärker. Stationäre Reisebü-

ros wird es natürlich weiterhin geben, weil einige Kunden es noch so wollen.

Wenn jemand einen mobilen Reiseberater bucht, läuft die Buchung normalerweise über die Zentrale. Wie ist das hier geregelt? Die administrativen

Prozesse, alles was an einer Buchung dranhängt, laufen weiter über die Zentrale und übers Back-Office. Aber der operative Teil, also die Buchung selber, und das Kundendatenmanagement werden über die eigene TUI Agentur je Berater tatsächlich im direkten Verhältnis zwischen Reiseberater und der TUI Deutschland abgewickelt. Bislang war die TLTU zwischengeschaltet, weil die Berater unter einer zentralen Agenturnummer untergebucht haben. Jetzt sind

sie keine Unterbucher mehr, sondern eigenständige, vollwertige Reisebüro-Agenturpartner mit allen operativen Möglichkeiten. Der zusätzliche Vorteil: Die administrativen Aufwände und der abrechnungstechnische Teil laufen weiterhin über das TLTU-Buchungsmanagement, wir machen weiterhin die Buchhaltung und den Abrechnungsservice für die Berater.

Wie ist das aus Sicht der Kunden? Das schlägt sich etwa in der „meine TUI App“ nieder, wo sie Kunden anmelden können. Hier sehen sie nicht mehr TLT Urlaubsreisen Hannover, sondern die individuelle Adresse des Beraters, bei dem der Kunde gebucht hat. In Sachen Kundenbeziehung ist das jetzt state of the art. Die Berater haben auch einen eigenen, direkten Zugang zu TUI Experience. Wir haben im Prinzip das Beste aus beiden Welten miteinander verknüpft.

Ich danke fürs Gespräch!

TRIO MIT TURBO

TLTU-Geschäftsführer André Repschinski (links) mit TUI-Vertriebschef Hubert Kluske (rechts) und Zyperns Tourismusminister Savvas Perdios.



Fotos: TLTU / TUI Deutschland

HANDYFOTOS. Kaum sind die Teilnehmer dem Bus entstieg, ist schon das Handy gezückt, um Fotos zu machen.



ERÖFFNUNG. Für gute Aufbruchsstimmung und emotionale Momente sorgte der Chef André Repschinski selbst. Die Jahrestagung eröffnete er mit einem Schnitt des Begrüßungsbandes.



SEKT ODER SAFT: Rund 200 Reiseberater der TLTU-Marken Take Off, Holiday Profis und FERIA kamen auf der Robinson Anlage in Zypern zusammen.

ZU GAST BEI ROBINSON ZYPERN



DAS MOTTO: „Let's move it“ lautete der Leitspruch der TLTU-Jahrestagung 2022.

PROMINENTER GAST. TUI-Vertriebschef Hubert Kluske (rechts) war ebenfalls dabei und stärkte den mobilen Beratern den Rücken.





Die Schatzkiste öffnet sich

Die Wiege des Islam positioniert sich als Top-Destination für Touristen aus aller Welt. Das neue eVisa erleichtert die Einreise in das Land zwischen Rotem Meer und Persischem Golf mit gleich fünf Weltkulturerbestätten.

Text Iris Quirin

THE EDGE OF THE WORLD: Der 300 Meter hohe Hang nordwestlich von Riad gehört zur Felswand Tuwaiq, die sich über 600 Kilometer durch Saudi-Arabien zieht. Von hier aus gibt es einen atemberaubenden Blick auf die Wüstenlandschaft.

Fotos: Saudi Tourism, istock, IRIS QUIRIN TRVL COUNTER



FALKEN-TRAINING
hat in Saudi-Arabien eine lange Tradition.



FORT MASMAK: Hier wurde der Grundstein des heutigen Saudi-Arabiens gelegt.



DIE MARAYA CONCERT HALL
ist das weltgrößte verspiegelte Gebäude.

Bei Saudi-Arabien denkt jeder gleich an die heiligen islamischen Städte Mekka und Medina. Filmfans vielleicht noch an „Lawrence von Arabien“ oder „In 80 Tagen um die Welt“. Aber Tourismus? Bestimmt nicht. Und genau das soll sich nach dem Willen von Kronprinz Mohammed bin Salman ändern. Um weniger abhängig vom Öl zu sein und die Wirtschaft seines Landes zu diversifizieren, hat er die „Vision 2030“ ausgerufen. Eine wichtige Säule ist der Tourismus, der bis zum Jahr 2030 bereits zu zehn Prozent des Bruttoinlandsprodukts beitragen und jedes Jahr 100 Millionen Touristen ins Land bringen soll. Die Vision gilt auch als richtungweisend für die Modernisierung Saudi-Arabiens hin zu einem gemäßigten islamischen Staat.

Tatsächlich hat das Land allein mit seinen fünf Weltkulturerbestätten Mada'in Salih (Hegra), dem Ortsteil At-Turaif in Ad-Dir'iyah, der Altstadt von Dschidda Al Balad, der größten Oase der Welt Al-Ahsa und den Felszeichnungen in der Provinz Ha'il Kultur- und Rundreiseturisten viel zu bieten. Mit dem großen Red Sea Projekt am Roten Meer soll der Badeurlaub Ende 2022/Anfang 2023 mit den ersten eröffneten Hotels hinzukommen. Insgesamt sind 50 Hotels mit 8.000 Hotelzimmern geplant. Das 28.000 Quadratkilometer große, auf Nachhaltigkeit ausgerichtete Projekt umfasst ein Archipel von über 90 Inseln entlang Saudi-Arabiens unberührter Westküste mit ihren blühenden Korallenriffen und rund 50 ruhenden Vulkankegeln.



INFOS ZUR EINREISE

Für die Einreise nach Saudi-Arabien benötigen Urlauber einen noch sechs Monate gültigen Reisepass und ein Visum, das sie elektronisch beantragen (<https://visa.visitsaudi.com/>). In der Gebühr enthalten ist eine Krankenversicherung für Covid-19. Ein Impfnachweis oder PCR-Test ist für die Einreise nicht mehr erforderlich. Masken müssen nur noch in geschlossenen Räumen getragen werden.



HEISSLUFTBALLON-FESTIVAL:
Einmal im Jahr gleitet die Ballon-Armada über die bizarren Felsformationen von AlUla.



HEGRA: In der antiken Stadt südlich von Petra/Jordanien befinden sich die besterhaltenen Felsengräber der Nabatäer.



"Jeder Hotelpartner wurde sorgfältig ausgewählt und kuratiert, um unseren Gästen den höchsten Standard an Gastfreundschaft zu bieten."

JONATHAN TIMMS
Präsident der Diriyah Development Company



TRAILER DESERT CAMP: Im Canyon Park von AlUla übernachten die Gäste vor der Felskulisse in Airstream-Großraumwohngewagen.

TRADITIONELLES ESSEN:
In Saudi-Arabien wird auf dem Boden gegessen. Neben Huhn und Lamm gibt es auch Kamel.

Fotos: Saudi Tourism, iStock, IRIS QUIRIN TRVL COUNTER

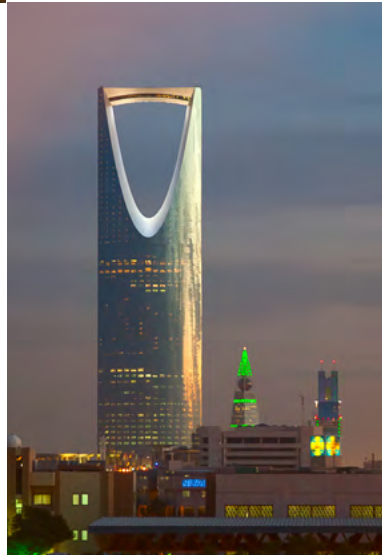
Ein weiteres Giga-Projekt ist das Diriyah Gate westlich von Riad. Auf einer Fläche von sieben Quadratkilometern wird es zum Lifestyle-Ziel des Landes entwickelt, das neben einem UNESCO-Weltkulturerbe auch Spitzengastronomie – darunter vier mit Michelin-Sternen ausgezeichnete Restaurants –, Einzelhandels- und Unterhaltungsangebote, eine vielfältige Museumslandschaft auch mit 38 Luxushotemarken aufwartet, wie den Marken Park Hyatt, Raffles und The Ritz Carlton. Das erste Hotel in Diriyah, The Luxury Collection, wird von Marriott International betrieben und öffnet im Laufe dieses Jahres seine Pforten. „Die Ankündigung unserer künftigen Hotelkollektion ist ein wichtiger Meilenstein innerhalb der Entwicklung unseres Projekts“, erklärt Jonathan Timms, Präsident der Diriyah Development Company. „Jeder Hotelpartner wurde sorgfältig ausgewählt und kuratiert, um unseren Gästen den höchsten Standard an Gastfreundschaft zu bieten“, sagt er.

FTI hat bereits Saudi-Arabien in seinem Programm und bietet 40 Hotels und drei Rundreisen an. Reiseberater können sich in der FTI Academy (www.fti-academy.de)

fit für Saudi-Arabien machen und sich im eMag (<https://emag.fti.com/de/saudi-arabien/schatzkiste-des-orient>) über das Land informieren. Auch die Saudi Tourism Authority (STA) bietet Schulungen an (www.journeysthroughsaudi.com).

Dass Saudi-Arabien sich so spät für den Tourismus öffnet, hat gleich mehrere Vorteile: Reisende finden authentische Orte und unberührte Landschaften vor, und die Saudis können von Nachbarländern wie den Emiraten lernen und es künftig besser machen. Die Erkenntnisse und Erfahrungen fließen bereits in den Städtebau der Post-Öl-Ära ein: An der Grenze zu Jordanien am Golf von Akaba entsteht die technologische Stadt NEOM, die jährlich bis zu fünf Millionen Gäste empfangen will. Die Energieversorgung soll ausschließlich durch umweltfreundliche Wind- und Sonnenkraft erfolgen.

ROUTEN-HINWEIS
Es folgen auf der nächsten Seite drei Beispielrouten für Saudi-Arabien.



KINGDOM CENTER: 300 Meter über der Stadt bietet die Sky Bridge in der 99. Etage eine spektakuläre Aussicht auf Riad und das Umland.

3 FRAGEN AN ...

ELIA GAD
Group Head of Destination
Middle East, FTI Group



Welche Zielgruppe spricht FTI mit Saudi-Arabien an?
Das sind Kulturinteressierte und Orient-Fans, aber auch Paare, die Sightseeing mit luxuriöser Erholung verbinden wollen sowie Urlauber, die gerne auf Rundreisen die Highlights der Region sehen. Die Strandhotellerie entwickelt sich erst in den kommenden Jahren für den Familienurlaub.

Worauf sollten Reiseberater ihre Kunden hinweisen?
Sie sollten eine Rundreise empfehlen! Saudi-Arabien ist mit der sechsfachen Fläche von Deutschland sehr groß und mit seinen unterschiedlichen Landschaften und Kulturzentren besonders reizvoll, sodass es lohnenswert ist, das Königreich mit seinen unterschiedlichen Regionen zu erkunden.

Was unterscheidet Saudi-Arabien von den bekannten arabischen Destinationen wie Ägypten oder den VAE?
Saudi-Arabien verfügt über einen reichen Schatz an Kulturgeschichte und über fünf UNESCO-Weltkulturerbestätten. Damit ergänzt es die typischen Urlaubsdestinationen auf der arabischen Halbinsel ideal.



SUNDOWNER BEIM ELEPHANT ROCK
Zum Sonnenuntergang treffen sich Saudis und Touristen am Elephant Rock bei AlUla zum gemütlichen Beisammensein.

DREI ROUTEN
VON KURZ BIS LANG

FTI bietet als erster großer Veranstalter Rundreisen durch Saudi-Arabien an, auf Wunsch mit einem verlockenden Abstecher ans Rote Meer.

Text Iris Quirin

1 „ZAUBERHAFTE WELT ZWISCHEN WÜSTE UND MODERNE“: Die einwöchige Tour startet in Riad und führt per Zug über Ha'il, bekannt als die Heimat der Dichter Arabiens, nach Jubbah. Dort sind zahlreiche Petroglyphen in Sandsteinfelsen zu bewundern. Nach der Durchquerung der Wüste Nefud Al Kabir erreicht die Gruppe AlUla und Hegra mit Grabmonumenten der Nabatäer. Per Inlandsflug geht es weiter nach Dschidda (Jeddah) zur letzten Station der Tour ans Rote Meer.

2 „SCHÄTZE DER VERGANGENHEIT“: Als verkürzte Version von „ZAUBERHAFTE WELT ZWISCHEN WÜSTE UND MODERNE“ führt die Tour in vier Tagen von Tabuk entlang der Weihrauchhandelsroute und Nabatäergräber nach AlUla mit Besichtigung

der Altstadt und der Kulturstätten von AlUla wie dem Elephant Rock.

3 „ZWEI KÖNIGREICHE UND EIN BADEPARADIES“: Die Tour führt von Sharm El Sheikh (Ägypten) über Taba und Petra durch das Wadi Rum in Jordanien bis nach AlUla in Saudi-Arabien. In Tabuk erfahren die Gäste Interessantes von dem Gigaprojekt NEOM. Bis 2030 soll dort eine umweltfreundliche Mega-City von Morgen entstehen, betrieben mit Solar- und Windenergie sowie einer eigenen Wirtschaftszone und Gesetzen für einen offenen, teils westlich orientierten Lifestyle. Anschließend geht es an die saudi-jordanische Grenze nach Akaba. Die Tour endet per Fähre in Taba. Am Roten Meer ist eine Badeverlängerung möglich.

Hier geht es zu den [Routen Online bei FTI](#)

Fotos: Saudi Tourism, iStock

FÜNF TAGE
IN SAUDI-ARABIEN

Entspannt zwischen Mittelalter und Moderne: TRVL-Counter-Reporterin Iris Quirin fasst zusammen, was ihr besonders aufgefallen ist.

DAS VORURTEIL

Saudi-Arabien? Ernsthaft?? So war die Reaktion von meiner Familie und meinen Freundinnen auf meine Ankündigung, dass ich fünf Tage auf Pressereise nach Saudi-Arabien fahre. Besorgt schickten sie Links zu Amnesty International, Frauenrechts- und Journalistenorganisationen. Zugegeben, auch ich hatte meine Bedenken. Doch als Reisejournalistin unterscheide ich zwischen Politik und Gesellschaft. Ich bin neugierig auf Land und Leute und stelle schon nach kurzer Zeit vor Ort fest: Entspannter bin ich bislang durch kein arabisches Land gereist. Vielleicht liegt es an der Gruppe, aber ganz bestimmt liegt es an den Saudis, die ich als warmherzig, offen, gastfreundlich, interessiert und hilfsbereit kennenlerne. Angefangen von unseren Guides, die uns durch ihre Hauptstadt mit ihren traditionellen und modernen Sehenswürdigkeiten führen, uns die Feinheiten des Kaffeetrinkens erklären (eine halbvolle Tasse bedeutet: bleib lange!), ihre Weltkulturerbestätten zeigen, bis zu Noura, der Tochter eines pensionierten Luftwaffengenerals aus Riad.

BEI SAUDIS ZU HAUSE

Noura studierte in Boston Marketingkommunikation und gründete nach ihrer Rückkehr ein Start-up, das Gäste zu Saudis nach Hause einlädt. In ihrem eigenen Elternhaus startete die 31-Jährige mit ihrer Geschäftsidee, und so lernen wir ihren Vater, ihre Mutter, ihren Ehemann und die Kinder ihres Bru-



So entspannt bin ich bislang durch kein arabisches Land gereist!

IRIS QUIRIN
TRVL-Counter-Reporterin

ders kennen. Wir sitzen im Gästezimmer der Familie bei arabischem Kaffee und Datteln zusammen, essen mit ihnen Hühnchen und Reis und unterhalten uns angeregt auf Englisch. Noura trägt ein weißes Gewand und ein weißes Tuch und keine schwarze Abaya, wie viele der Frauen es noch immer tun, inklusive Kopftuch und Gesichtsschleier, obwohl sie das nicht mehr müssen.

EIN LAND IM WANDEL

Auf den Straßen sehen wir nicht allzu viele saudische Frauen am Steuer, obwohl sie das seit 2018 dürfen. Aber es gibt sie, der General hat seiner Tochter persönlich das Autofahren beigebracht, wie er uns stolz erzählt. Im modernen Riad am Boulevard, einer Vergnügungsmeile, die einem Mix aus Times

Square und Las Vegas ähnelt, sitzen junge Frauen mit gleichaltrigen Männern zusammen am Tisch und rauchen mit ihnen die Shisha-Pfeife – mit Kopftuch und Abaya, aber ohne Gesichtsschleier. Im angesagten Restaurant Somewhere in der Oasenstadt AlUla legt eine DJane auf und spielt Geige dazu, während am Nachbartisch junge saudische Frauen in europäischer Kleidung den Abend genießen. Wären da nicht die angenehme Temperatur, die Palmen rund um den Pool im Restaurantgarten und die fremde Sprache, könnte die Location glatt in Hamburg sein.

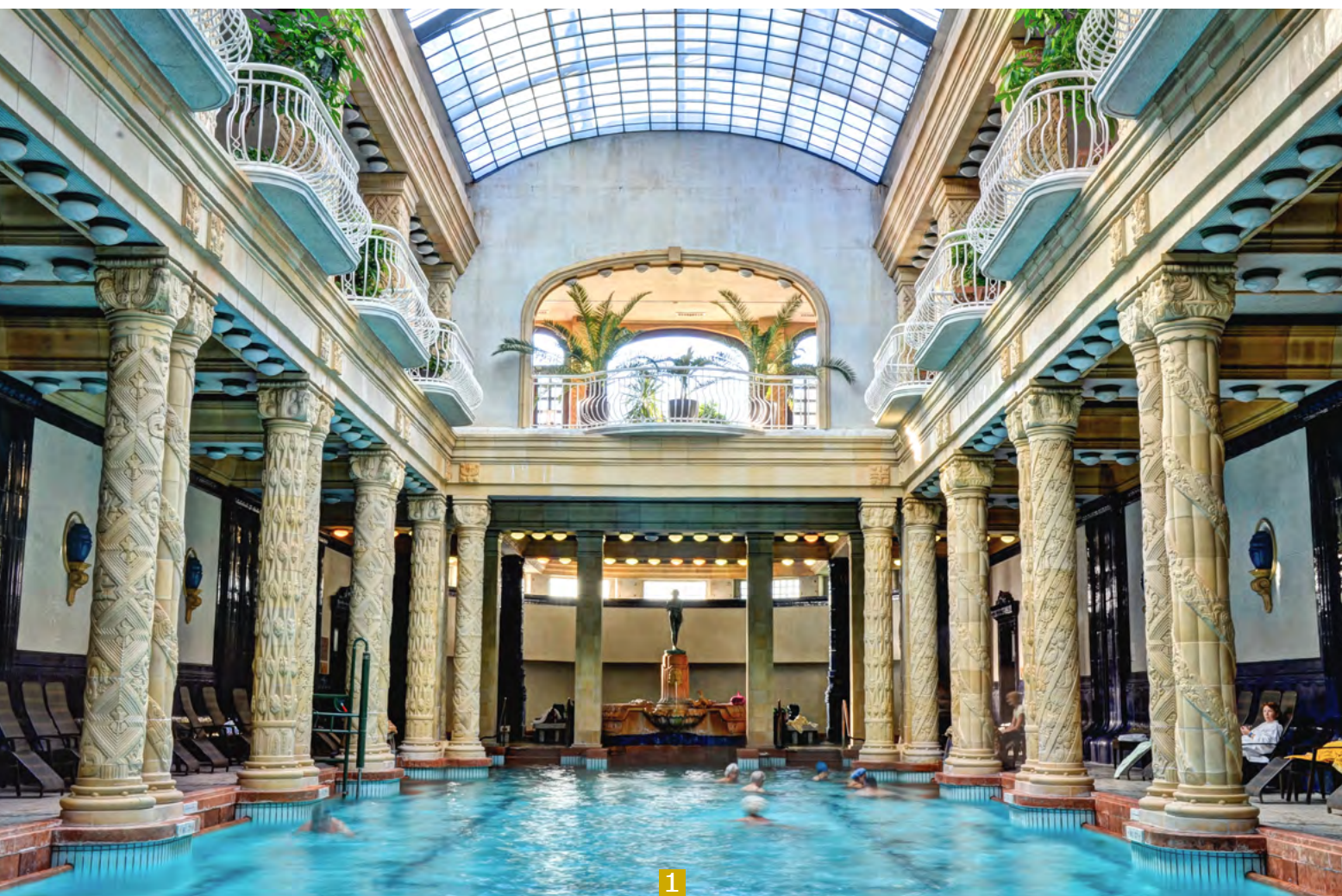
MEIN FAZIT

Nach einer traumhaften Rundreise von Riad über Diriyah/At-Tureif, AlUla, das antike Hegra mit seinen Felsengräbern nach Dschidda mit seiner Tausendundeine-Nacht-Altstadt Al Balad bin ich sowohl als Frau als auch als Journalistin nicht nur unbeschadet aus Saudi-Arabien zurückgekommen, sondern voller positiver Eindrücke. Und dem dringenden Wunsch, wieder hinzufahren – und zwar länger, denn es gibt noch so viel zu entdecken in der Schatzkiste Arabiens!

HINWEIS ZUM BERICHT

Die Recherchereise für diesen TRVL Counter-Beitrag wurde unterstützt von Saudi Tourism Authority (STA) und FTI Touristik (www.fti.de). Der Bericht ist unabhängig recherchiert und verfasst worden.

DIE SCHÖNE DONAU:
An spektakulären Aussichtspunkten
mangelt es Budapest nicht. Das
schönste Panorama allerdings
genießt man von der Fischerbastei
im Budaer Burgviertel aus.



BALATON: Mehr als die Badewanne Ungarns

Ungarn-Urlauber entdecken pulsierende Städte, heiße Quellen, prachtvolle Anwesen und eine einzigartige Kulinarik. Kulturliebhaber dürfen sich freuen, denn 2023 trägt die Stadt Veszprém und der Balaton den Titel „Kulturhauptstadt Europas“.

Text Thomas Grether

Märchenhafte Burgen, rund 700 Schlösser, 1.500 Thermalquellen, der größte Binnensee Europas sowie an der Donau die wunderbare Jugendstil-Metropole Budapest mit ihren Bädern und Kaffeehäusern: Ungarn hat für jede Zielgruppe etwas im Angebot, Gäste freuen sich obendrein über ein gutes Preis-Leistungs-Verhältnis. Das will

Klara Wirth, Leiterin Tourismus-Entwicklung für Deutschland und Österreich beim Ungarischen Tourismus-Amt, die Reisebüros wissen lassen. Jeweils im Frühjahr und im Herbst stehen FAM-Trips auf dem Kalender.

Ambitionierte Ziele
„Wir glauben an die Leistung der Reisebüros und Veranstalter“, er-

klärt Wirth, die Tourismus studiert hat und das Veranstaltergeschäft aus ihrer Zeit beim Schweizer Anbieter Kuoni kennt. Vergangenes Jahr registrierte Visit Hungary rund 29 Millionen Übernachtungen. Bis 2030 will Ungarn 50 Millionen Gäste ins Land locken. Das ist ambitioniert, aber nicht zu hoch gesteckt. Im Vor-Pandemiejahr 2019 kamen bereits 42 Millionen Urlauber ins

Fotos: Visit Hungary, iStock

- 1. SPA-HAUPTSTADT DER WELT:** Ungarn ist das Land des Wassers, und Budapest gilt als „Spa-Hauptstadt“ der Welt. Der flüssige Schatz, der in Form von heilemdem Thermalwasser tief in der Erde schlummert, sprudelt im ganzen Land aus mehr als 1.500 Quellen an die Oberfläche.
- 2. MEHR ALS NUR EIN GLAS:** Wein spielt eine wichtige Rolle in der ungarischen Kultur. Einer der Höhepunkte beim Mittag- und Abendessen ist, wenn eine Flasche Tokaji Aszú (Tokajer Ausbruch) aufgetischt wird.
- 3. TRADITIONSBEWUSST:** Ungarn ist reich an bewahrten und lebenden Volkstraditionen.
- 4. PLATZ DER HELDEN:** In der Mitte des Weltkulturerbes steht die Statue des Erzengels Gabriel auf einer Säule. Die Kolonnaden beherbergen 2,8 Meter hohe Bronzestatuen historischer Persönlichkeiten.





WILDE NATUR: Beliebt sind in den Nationalparks an den Rocky Mountains Bärenbeobachtungen und Trekking-Touren durch eindrucksvolle Naturlandschaften.

Gute Nachrichten für Kanada-Fans: Seit dem 28. Februar 2022 hat das weite und abwechslungsreiche Land zwischen Pazifik und Atlantik seine Einreiseregungen gelockert. Neu ist, dass ein Covid-Test nach der Ankunft nur nach dem Zufallsprinzip durchgeführt wird, eine Quarantäne bis zum Ergebnis ist nicht nötig. Und statt des zuvor obligatorischen PCR-Tests wird jetzt ein autorisierter Antigen-Schnelltest akzeptiert. Außerdem ist die Einreise nach Kanada wieder an allen kanadischen Flughäfen möglich.

Reisende ohne kanadischen Pass benötigen jedoch weiterhin für die Einreise einen kompletten Impfschutz (Ausnahme:

Kinder unter zwölf) sowie das bestätigte ArriveCan-Formular und die Electronic Travel Authorization (eta). Einschränkungen bei bestimmten Aktivitäten sind mit den neuen Regelungen nicht mehr vorgesehen, so dass das Land uneingeschränkt bereist werden kann. Der kanadische Gesundheitsminister Jean-Yves Duclos begründet die Anpassung der Einreiseregungen mit

BRITISH COLUMBIA UND ALBERTA: Die westlichen Provinzen Kanadas beherbergen faszinierende Nationalparks mit Gletschern, türkisfarbenen Seen und spektakulären Panoramastraßen.

Fotos: Destination Canada



KANADA macht sich locker

Weitläufige Natur, wilde Tiere und schier unendlich viele Outdoor-Abenteuer: Kanada ist für viele Deutsche ihr Traumreiseland. Nach den gelockerten Einreiseregungen rechnen Experten mit einem Nachfrageboom.

Text Iris Quirin



VANCOUVER: Die mit rund 631.000 Einwohnern größte Stadt in British Columbia rangiert regelmäßig unter den zehn lebenswertesten Metropolen der Welt. Die Großstadt liegt malerisch auf einer Halbinsel zwischen Pazifik und den Coast Mountains.



WAPITI: Der Hirsch ist mit einer Schulterhöhe von 1,5 Metern und einem Gewicht von 450 Kilo der zweitgrößte Vertreter der Hirschfamilie.

der sich aktuell entspannenden Situation in Kanada: Der Höhepunkt der Omikron-Welle sei überschritten, die Impfquote im Land hoch und Schnelltests in ausreichender Anzahl vorhanden. So sind denn auch weitere Lockerungen geplant.

Online-Trainings und Events
Für Reiseberater bedeuten diese guten Nachrichten eine erhöhte Anfrage nach der abwechslungsreichen Destination in Nordamerika. Das mit 9,8 Millionen Quadratkilometern zweitgrößte Land der Welt lässt sich am besten mit klassischen Rundreisen erkunden, aber auch Kreuzfahrten, Ski-Safaris und Städtetouren werden nachgefragt. Wer sich fit machen will für die vielen Möglichkeiten, sein Destinationswissen vertiefen und seine Kunden noch besser beraten möchte, kann sich auf der neuen Trainings-Plattform (<https://canadaspecialistprogram.de>) von Destination Canada zum Kanada-Experten ausbilden lassen. Das kurzweilige Programm besteht aus je 15-minütigen,

interaktiven Modulen, die jeder in seinem eigenen Tempo via App oder am PC absolvieren kann. Die Module reichen vom Basiswissen über die 13 Provinzen und Territorien bis hin zu Insidertipps.

Wer das Programm abgeschlossen hat, wird mit dem Zertifikat „Canada Specialist“ als ausgewiesener Kanada-Kenner ausgezeichnet. Zudem können alle Teilnehmer an FAM-Trips und Events teilnehmen. Sie erhalten Werbematerial, Verkaufs- und Promotion-Tipps sowie Neuigkeiten zu den Einreisebestimmungen. Wer bereits „Canada Specialist“ ist, behält seinen Status und kann die neuen Lernangebote nutzen, um sein Kanada-Wissen auszubauen und seine Kunden noch besser zu beraten. 🚣

➔ Das Kanada-Specialist-Programm für Reisebüros:
www.destinationcanada.com/en/csp

➔ Weitere Infos zu Einreisebestimmungen:
travel.gc.ca/travel-covid/

Fotos: Destination Canada



TORONTO: Ontarios Hauptstadt ist ein Schmelztiegel der Kulturen und bekannt für ihre Weltoffenheit und ihre Food-Szene. Von dort lohnt sich ein Besuch der Niagara-Fälle.

NATURSEEN: Wer an der Westküste in der Nähe von Discovery Island Urlaub macht, kann neben Kajakfahren, Angeln, Segeln auch im Stand-Up-Board unterwegs sein.



QUÉBEC: In den Kopfsteinpflasterstraßen der Hauptstadt der gleichnamigen und flächenmäßig größten Provinz Kanadas ist der europäische Einfluss noch deutlich erkennbar.



BERGBLICK: Der von Gletscherwasser gespeiste Moraine-See im Banff Nationalpark ist berühmt für seine smaragdgrüne Farbe.

ORCA-SHOW: Schwertwale, Orcas oder auch Killerwale: Die Meeresriesen mit der markanten Schwarz-Weiß-Zeichnung haben viele Namen. Grauwale und Orcas tummeln sich im eisigen Pazifik.





Nachhaltigkeit

Der Tourismus verursacht Berechnungen zufolge acht Prozent des weltweiten CO₂-Ausstoßes. Die Reisewirtschaft ist jedoch nicht nur Teil des Klimaproblems, sondern auch Teil der Lösung. Es geht darum, Transparenz zu schaffen, Reisen mit einem nachvollziehbaren CO₂-Abdruck zu versehen, nachhaltige Angebote zu kennzeichnen und Nachhaltigkeitsprodukte verstärkt zu entwickeln. Die Branche bemüht sich um einen fairen Dreiklang zwischen Klima, Wirtschaft und sozialen Aspekten. Zwei Interviews, eine Haltung.



PETER-MARIO KUBSCH
Der Unternehmer, Jahrgang 1956, ist seit 1987 Geschäftsführer der Studiosus Reisen München GmbH. Nach seinem Studium der Betriebswirtschaftslehre trat er 1983 in das von seinem Vater Werner Kubsch gegründete Unternehmen ein. 1990 machte er Umweltschutz und Nachhaltigkeit im Unternehmen zur Chefsache.

„Reisen ist viel mehr als Urlaub machen“

Studiosus-Chef Peter-Mario Kubsch spricht über Chancen und Herausforderungen des nachhaltigen Tourismus und warum alles so langsam geht.

Interview Jean-Marc Göttert

Herr Kubsch, zu Beginn eine einfache Frage: Dürfen wir angesichts der drohenden Klimakrise überhaupt reisen?

Die Antwort ist schlichtweg: ja! Reisen ist viel mehr als Urlaub machen. Reisen bereichert, erweitert den Horizont, auf Reisen sammeln wir neue Erfahrungen, gewinnen neue Eindrücke. Es entsteht eine Verständigung zwischen verschiedenen Kulturen und deren Menschen. Reisen ist ein Beitrag zu Toleranz und Völkerverständigung. Und wie wichtig diese Themen sind, sehen wir gerade angesichts des schrecklichen Kriegs gegen die Ukraine. Reisen schafft aber auch Einkommen in den Gastländern. Für viele Ziele, Destinationen und Reiseländer sind diese Einnahmen ein gewichtiger Teil des Brutto-

sozialprodukts. Das haben wir in Pandemiezeiten gesehen, als der Tourismus größtenteils zum Erliegen gekommen ist.

Wer gerne Urlaub auf Balkonien macht, stellt zunächst den Klimaschutz in den Mittelpunkt. Aber die anderen Aspekte, nämlich die wirtschaftlichen und sozialen Aspekte, entfallen. Ist es nicht Zeit, die Diskussion zu erweitern? Urlaub auf Balkonien kann auch sehr erholsam und schön sein. Und es spricht nichts gegen Verzicht. Aber alle diese zusätzlichen Erfahrungen, die wir durchs Reisen gewinnen, gehen dann verloren. Zudem verkürzt es die Diskussion, da haben Sie Recht. Das ist doch gerade das Thema bei Fridays for Future. Nachhaltigkeit ist mehr als

Klimaschutz! Nachhaltigkeit hat eben auch eine ökonomische und soziale Komponente. Natürlich sind Ökologie und Klimaschutz wichtig, aber es gehören immer alle drei Komponenten zusammen. Der positive Nutzen, den das Reisen auch mit sich bringt, fällt bei der Klimadebatte komplett unter den Tisch.

Auf der Jahrestagung der Reisebranche in Griechenland wurde das Thema Nachhaltigkeit und Klimaschutz ganz vorne auf die Agenda gesetzt. War das richtig oder vielleicht doch zu spät? Es ist absolut richtig, dass sich der Verband hier positioniert hat, Nachhaltigkeit und Klimaschutz aktiv aufgreift und gleichzeitig versucht, konkrete Maßnahmen zu ergreifen. Man kann natürlich lan-

Foto: Studiosus, Illustration iStock



Der positive Nutzen, den das Reisen auch mit sich bringt, fällt bei der Klima-Debatte komplett unter den Tisch.



ge diskutieren, ob die Maßnahmen ausreichend sind. Aber ich glaube, es war mehr als an der Zeit, dass sich die Branche bewegt.

Man könnte argumentieren, dass es viel früher hätte sein können? Es ist nie zu spät, sich in gesellschaftspolitischen Fragen zu positionieren und Stellung zu beziehen. Auf der anderen Seite muss man den DRV natürlich auch in Schutz nehmen: Der Verband kann immer nur das umsetzen und vertreten, was die Mehrheit seiner Mitglieder will. Ich glaube, dass wir in der Branche Nachhaltigkeit zu wenig ernst genommen haben. Natürlich wird die Zukunft der Branche ganz maßgeblich davon abhängen, wie die Gesellschaft diese Fragen beantwortet und welche Richtlinien und Vorgaben letztendlich die Politik für uns definieren wird. Mein Ansatz ist dabei: Probleme aufgreifen und aktiv lösen und nicht darauf warten, dass der Spielraum enger wird.

Wenn über Nachhaltigkeit geredet wird, dann wird oft so getan, als

ob ein neues Thema entdeckt wurde. Aber Studiosus war ja schon sehr früh damit unterwegs und ist als einer der Nachhaltigkeitspioniere bekannt. Wie gehen Sie das Thema an? Wir begreifen Nachhaltigkeit umfassend und gehen Schritt für Schritt, sodass wir kontinuierlich besser werden. Ich könnte Ihnen jetzt unsere Nachhaltigkeits-Matrix für die einzelnen Bereiche zeigen. Darauf sind 236 soziale und ökologische Einzelmaßnahmen gelistet, mit denen wir uns beschäftigen. Auf der anderen Seite ist es so: Wir als Reiseveranstalter verkaufen ja nicht das Produkt Nachhaltigkeit, sondern wir verkaufen tolle Reisen. Unsere Kundinnen und Kunden erwarten aber von uns, dass wir ihre Reise in einer möglichst nachhaltigen Form durchführen. Deswegen steht bei uns Nachhaltigkeit nie im Zentrum der Kommunikation, sondern dort steht immer das Reiseerlebnis mit exzellenten Reiseleiterinnen und Reiseleitern. Aber natürlich informieren wir auch darüber, warum diese Reisen möglichst nachhaltig sind, also umwelt-

schonend, sozial verantwortlich und ökonomisch ertragreich für das jeweilige Gastland.

Und was tun Sie praktisch gegen den Klimawandel? Letztendlich läuft alles auf den Dreiklang hinaus, dass wir zunächst einmal negative Einflüsse auf das Klima vermeiden. Zum Beispiel, indem wir die Bahnreise zum Abflugsort in den Reisepreis einschließen. Wo sie nicht vermeidbar sind, versuchen wir, diese zu reduzieren. Und wo auch die Reduktion nicht möglich ist, geht es um die Kompensation durch Investitionen in Klimaschutzprojekte. Wir setzen bei unserem Klimaschutzengagement auf Biogasanlagen in Nepal und Indien, denn die gleichen nicht nur Treibhausgasemissionen aus, sondern helfen den Menschen vor Ort auch ganz praktisch.

Es gibt aktuelle Studien, die besagen, dass Kunden gerne Nachhaltigkeit fordern, aber in dem Moment, wo ein Preis dafür aufgerufen wird, wollen viele nicht mehr. Wie lässt sich diese Diskrepanz lösen? Das deckt sich mit unseren Erfahrungen bei der Flugkompensation. 2012 sind wir dazu übergegangen, die CO2-Emissionen aller Bus-, Bahn- und Schiffsfahrten auf unseren Reisen zu kompensieren und in den Reisepreis einzuschließen. Lange haben wir mit unterschiedlichen Strategien und Taktiken versucht, unsere Kunden zu überzeu-

Fotos: Studiosus, Illustration iStock



DREIKLANG Reisen hat nicht nur ökologische Aspekte, sondern auch soziale und ökonomische in den Gastländern. Studiosus fördert zum Beispiel seit vielen Jahren Biogasanlagen in Nepal und Indien, weil sie den Menschen vor Ort ganz praktisch helfen.



gen, zusätzlich freiwillig ihre Flüge zu kompensieren. Doch wir haben – wie alle anderen Anbieter auch – keine guten Erfahrungen damit gemacht. Am Anfang dümpelte die Erfolgsquote unter einem Prozent. Mit viel Überzeugungsarbeit und Aufklärung stieg sie auf vier bis sechs Prozent. Dennoch: Die Akzeptanz für Kompensation wächst. Nach unseren Erfahrungen hängt es davon ab, wie leicht man es dem Kunden macht. Deshalb haben wir 2021 einen weiteren großen Schritt gemacht und kompensieren auch Flüge und Hotelübernachtungen inklusive der Verpflegung. Die Kosten dafür schließen wir in den

Reisepreis ein. Und ja, das erfordert natürlich Mut.

Reisebüros fordern seit langem, dass nachhaltige Angebote in den Systemen schneller und leichter zu finden sein sollen. Woran hapert es noch? In der Tat ein schwieriges Thema. Bei der Pauschalreise oder gar bei einer Rundreise wird es schnell kompliziert, weil wir eben nicht nur über die ökologischen Aspekte, sondern im Dreiklang der Nachhaltigkeit auch über die sozialen und die ökonomischen Aspekte reden. Und dafür Kennziffern zu entwickeln, ist nicht trivial. Es gibt seit an-

derhalb Jahren eine Projektgruppe, die diesen geforderten Nachhaltigkeitsindex schaffen will – in dieser sind wir auch aktiv. Spätestens bei dem Thema, welcher soziale Nutzen bei der Urlaubsreise entsteht, wird es ganz, ganz schwierig. Wir beschäftigen uns schon lange mit dem Thema, und ich weiß, wo die Fußangeln sind. Die Kennzeichnung ist im Sinne des Nachhaltigkeits-Dreiklangs noch ein weiterer Weg, aber wir sollten ihn Schritt für Schritt gehen.

Ich danke fürs Gespräch! 🙏

➔ mehr Infos: www.studiosus.com

„Die Branche muss mehr Verantwortung zeigen!“

Die Klimakrise zwingt die Branche zum Umdenken: Petra Thomas, Geschäftsführerin forum anders reisen, fordert eine neue Ehrlichkeit und dass wir weniger reden und endlich mehr handeln.

Interview Jean-Marc Göttert

Frau Thomas, dürfen wir angesichts der drohenden Klimakatastrophe überhaupt noch reisen und Urlaub machen?

Wir dürfen nicht nur, wir sollten sogar. Der Zusammenhalt der Welt, und das sieht man ja gerade im Moment, ist unheimlich wichtig. Und das Reisen bringt uns zusammen und schafft für viele Menschen notwendige Arbeitsplätze. Umso mehr, weil wir in den letzten zwei Jahren der Pandemie gesehen haben, wie vieles zusammengebrochen ist und Menschen überall ihre Existenzgrundlage verloren haben. Von daher: unbedingt reisen! Aber es geht auch darum, wie oft wir reisen, wie viel und wohin wir tatsächlich unser Geld bringen. Ich würde niemals die Klimakrise gegen andere Krisen ausspielen. Es geht hier um ein Abwägen und Maß halten.

Maßhalten klingt nach Verzicht und nach der Frage: Wie sollen wir künftig reisen. Gibt es da Ideen?

Wir wissen, das meiste CO2 wird bei Flugreisen ausgestoßen. Das heißt, überall da, wo es Alternativen zur Flugreise gibt, sollten wir sie unbedingt nutzen. Also schauen, wo es schon tolle Bahnverbindungen gibt, mehr über Nachtzüge buchen. Kurz gesagt: überall, wo es machbar ist, auf Flüge verzichten. Wenn es keine Alternative zum Flug gibt, dann schauen, wie man Urlaubstage bündelt. Anstatt kurz übers Wochenende irgendwo schnell hinzufahren oder vier, fünf Tage nach Palma zu fliegen, lieber



PETRA THOMAS

ist Geschäftsführerin des forum anders reisen e.V., ein Dachverband für nachhaltigen Tourismus. Der 1998 gegründete Verband mit rund 140 Mitgliedsunternehmen engagiert sich für die Entwicklung und Verbreitung eines auf inhaltlichen Kriterien basierenden nachhaltigen Tourismus, der sich an den Menschen und der Umwelt orientiert. Die studierte Archäologin und Kunsthistorikerin vertritt als Vorstandsvorsitzende die Interessen des forum anders reisen seit 2010. Zugleich engagiert sie sich im Vorstand der Brancheninitiative Human Rights in Tourism e.V.

zwei oder drei Wochen am Stück Urlaub machen. Das ist für die eigene Erholung besser, und man fliegt eben nur einmal.

»
Wir beschäftigen uns seit über 20 Jahren mit dem Thema. Es ist nicht wirklich neu und hätte längst auf der Agenda stehen müssen.“

Bei der Jahrestagung in Griechenland hat der Deutsche Reiseverband erstmals das Thema Nachhaltigkeit und Klimaschutz weit oben auf die Agenda gesetzt. War das ein richtiges Signal oder zu spät?

Das forum anders reisen beschäftigt sich seit über 20 Jahren mit dem Thema. Es ist nicht wirklich ein neues Thema für uns und hätte viel eher auf der Agenda stehen sollen. Auf der anderen Seite ist es wichtig, dass die Branche endlich

über den Klimawandel spricht. Denn vor Jahren wurde das Thema überhaupt nicht angepackt, und es gab keinerlei Statements und kaum Lösungsansätze dazu. Jetzt bewegt sich etwas, und es besteht große Dringlichkeit, Dinge zu verändern.

Was wären die ersten Schritte?

Ein erster Schritt ist tatsächlich eine neue Ehrlichkeit: Wir müssen CO2 in allen Reisen ausweisen. Wir machen das seit 2003. Das heißt, bei jeder Flugreise werden die Emissionen sichtbar benannt, damit der Gast informiert ist. Das Zweite ist zu überlegen, wie wir Emissionen vermeiden können. Was müssen wir im Tourismus verändern und wie können wir künftig andere Reiseformen und Produkte bewerben? Wir zerstören viele Regionen durch unsere jetzige Art des Reisens. Wir müssen also sehr viel stärker darauf schauen, wie wir eine positive Wirkung erzielen, wie wir mit dem Tourismus dazu beitragen, dass Lebensräume besser werden. Das andere Thema habe ich eben schon benannt: Das ist das Thema Anreise. Hier gilt es, Alternativen zu fördern und anzubieten. Wir können schlichtweg nicht darauf warten, dass Flüge irgendwann klimafreundlicher werden, weil eine neue Technologie entwickelt wurde. Wir müssen heute darüber nachdenken und mit dem ehrlichen Dreiklang vorangehen, also vermeiden, reduzieren und ernsthaft kompensieren.

Die Branche sollte also ganz konkret die Kompensation in den

Reisepreis einbinden und nicht auf eine Freiwilligkeit des Kunden setzen?

Genau, auch wenn man das nicht alles gleich von Null auf Hundert machen muss. Das kann ruhig in Schritten erfolgen. Ich glaube, es ist ein wichtiges Signal, wenn die Branche anfängt, Kompensation als Teil der Reiseleistung zu sehen, wie eine Art Versicherung, die dabei ist. Ich vergleiche das gerne mit einer Kurtaxe, die am Strand gezahlt werden muss, damit der Strand sauber gehalten wird. Und das Gleiche könnte man für die Luft einpreisen, eine Art Kurtaxe für die Luft.

Zumal viele Studien gezeigt haben, dass die freiwillige Leistung der Kunden nicht wirklich funktioniert. Über viele Jahre haben Veranstalter das versucht und sind kaum über fünf Prozent gekommen...

Das ist tatsächlich so. Es gibt wenige Reiseveranstalter, die bei diesem Thema eine gute Kommunikation vorgelegt haben. Aber auch bei bester Kommunikation ist der überwiegende Teil der Urlauber nicht bereit, darauf einzugehen. Daher ist es wirklich notwendig, eine Kehrtwende zu machen und das jetzt von uns aus aktiv anzugehen. Das wird auch dazu führen, dass qualitatives Reisen stärker wertgeschätzt wird und Reisende bereit sind, für den Klimaschutz einen Beitrag zu leisten.

Ein weiteres Problem besteht darin, dass es schwierig ist, nachhaltige Angebote und ein faires System für die Kennzeichnung zu finden.

Das ist richtig und liegt ein wenig daran, dass die meisten nachhaltigen Anbieter und kleine Veranstalter in den Systemen nicht auftauchen. Viele Angebote liegen außerhalb der GDS. Andererseits gibt es beispielsweise für eine pauschale Rundreise, die aus vielen Bestandteilen besteht, bislang keine übergreifende Kennzeichnung.

Ihr Projekt mit der Leuphana Universität in dieser Richtung läuft ja schon seit mindestens zwei Jahren. Scheint kompliziert zu sein?

Es ist ein komplexes Verfahren, weil man eben nicht einfach nur CO2 messen sollte. Man muss sehr viel tiefer gehen: Wer organisiert was? Wo landet das Geld? Wie werden die Menschen dort beschäftigt? Welche Auswirkungen hat das kulturell oder beim Naturschutz? Das ist aufwendig, aber da sind wir dran, und ein Lösungsansatz ist absehbar.

Es gibt Fortschritte, und wir kommen vom Reden ins Umsetzen?

Ja, die Kennzeichnung ist nur ein erster Schritt, um die Angebote, die nachhaltig gestaltet sind, sichtbarer zu machen. Damit geben wir dem Reisegast eine Orientierung. Danach geht es darum, die Produkte so umzugestalten, dass sie kennzeichnungsfähig sind. Ich sehe hier die Verantwortung beim Anbieter, nicht bei den Kundinnen und Kunden. Wir müssen jetzt auch einen Schlag zulegen.

Ich danke fürs Gespräch.

→ mehr Infos: forumandersreisen.de



Ich glaube, es wäre ein wichtiges Signal, wenn die Branche anfängt, Kompensation als Teil der Reiseleistung zu sehen, wie eine Art Versicherung, die automatisch dabei ist.“

KREUZFAHRTEN

Mehr News mit dem trvlcounter.de/newsletter. Jetzt anmelden!



CELEBRITY BEYOND setzt neue Maßstäbe

Die Celebrity Beyond, das dritte Luxus-Schiff der Edge-Klasse von Celebrity Cruises, geht am 27. April auf ihre Jungfernfahrt von Southampton aus in ihr Fahrtgebiet, das Mittelmeer. Die Ausstattung des „schwimmenden Fünf-Sterne-Hotels“ unter dem Kommando von Kapitänin Kate McCue baut auf den Eigenschaften und dem Design ihrer innovativen Vorgängerinnen Celebrity Edge und Celebrity Apex auf und verfügt wie sie über den markanten „Magic

Carpet“, eine frei über dem Meer schwebende Multifunktionsplattform. Die Celebrity Beyond ist jedoch 21 Meter länger und ein Deck höher (17 Decks), so dass das exklusive Retreat-Sonnendeck für Suiten-Gäste zwei Decks einnimmt. Zu den weiteren Highlights gehören zwei über die Bordwand schwebende, gläserne Pools im begrünten Rooftop-Garden und das erste Restaurant auf hoher See des Sternekochs Daniel Boulud. **Mehr Infos online**



»MIT DEN LOCKERUNGSANKÜNDIGUNGEN FÜR MÄRZ ZIEHT AUCH DIE NACHFRAGE DER DEUTSCHEN NACH KREUZFAHRTEN DEUTLICH AN.«

WYBCKE MEIER, CEO von TUI Cruises

QUEEN ANNE

heißt das neue Flottenmitglied von Cunard. Inger Klein Thorhauge wird erste Kapitänin der Queen Anne, die Anfang 2024 in Dienst gestellt wird. Die Reisen des königlichen Neuzugangs, der derzeit noch in Italien gebaut wird, sind ab Mai 2022 buchbar.

A-ROSA

Mit über 200 Produktverbesserungen, darunter die Individualisierbarkeit der Angebote, das kulinarische Konzept, Familienfreundlichkeit und Wellbeing, wird A-ROSA Flussschiff ab 2023 zum PremiumPLUS-Anbieter.

NICKO CRUISES

Wegen der aktuellen politischen Entwicklungen streicht nicko cruises auf den Ostsee-Reisen mit den beiden Hochseeschiffen VASCO DA GAMA und WORLD VOYAGER den Halt in St. Petersburg und sagt alle Flussreisen in Russland für diese Saison ab.

MSC CRUISES

bietet erstmals ganzjährig Reisen ab New York an. Die MSC Meraviglia wird ab April 2023 von dort Kreuzfahrten nach Bermuda, Neuengland, Kanada und in die Karibik, wie auf die Privatinsel Ocean Cay MSC Marine Reserve auf den Bahamas, unternehmen.

AIDA CRUISES

startet eine Verkaufsförderung bis zum 11. April 2022. Agenturen, die sich unter www.expinet.de für die Buchungsaktion SuperSommer anmelden und pro Woche eine AIDA-Einzelplatz-Neubuchung tätigen, nehmen an der Verlosung teil.

Fotos: Celebrity Cruises, TUI Cruises, MSC Cruises, SeaDream Yacht Club

MSC: MEGA-KREUZFAHRTTERMINAL

Die MSC Group baut in Miami ihr neues Mega-Kreuzfahrtterminal. Nach der Fertigstellung in 2023 soll der Bau im Wert von 350 Millionen Dollar das größte Kreuzfahrtterminal in Nordamerika sein. Das vierstöckige Gebäude verfügt über vier Einschiffsdecks und wird bis zu 36.000 Passagiere pro Tag abfertigen können. Drei Schiffe der neuesten Generation werden gleichzeitig am Terminal anlegen können. Das Terminal wird die größten und umweltfreundlichsten Kreuzfahrtschiffe von MSC Cruises aufnehmen können, darunter das aktuelle Flaggschiff MSC Seashore und die kommenden, mit Flüssigerdgas betriebenen Schiffe der MSC World Class.



PORTMIAMI: Das Mega-Kreuzfahrtterminal der MSC Group soll das größte in Nordamerika werden und den größtmöglichen Komfort bieten.



SEADREAM YACHT CLUB

Mit einer Investition von über zehn Millionen US-Dollar werden die Zwillingsyachten SeaDream I und SeaDream II von Grund auf renoviert. Die Arbeiten an der SeaDream II sind bereits abgeschlossen, am 26. März 2022 geht die SeaDream I für 54 Tage ins Trockendock in Lissabon. Die Luxusreisenden erwarten unter anderem modernste Technologie, funktionale, erweiterte Kabinen mit optimiertem Stauraum und luxuriöse Lounge-Bereiche auf allen Decks.

Anzeige

SO VIEL ZU ENTDECKEN

VALLETTA



Alle Infos für Expedienten:
www.malta.reise/reisebranche



FLAGGSCHIFF: Die neue Costa Toscana vereint als schwimmende „Smart City“ Design, Komfort, Kulinarik, technologische Innovationen und Nachhaltigkeit.



Schwimmende Smart City

Die Costa Toscana, das neueste Schiff von Costa Crociere, wird wie die Costa Smeralda mit Flüssigerdgas (LNG) angetrieben. Der Neuzugang wartet mit weiteren Innovationen für ein umweltschonendes Kreuzfahrtvergnügen im westlichen Mittelmeer auf. Ein Live-Bericht.

Text Iris Quirin // Sarah Leu

Der Antrieb: Flüssigerdgas (LNG), die fortschrittlichste Technologie, die derzeit im maritimen Sektor zur Reduzierung von Emissionen zur Verfügung steht. Die Inneneinrichtung: Made in Italy und das Ergebnis eines Projekts, das vom Designer Adam D. Tihany kuratiert wurde, um die Farben und Atmosphären der Toscana zum Leben zu erwecken. Die Küche: italienisch und international. Die Costa Toscana, das neueste und bereits zweite LNG-betriebene Schiff von Costa Crociere, startete vorvergangenes

Wochenende von Civitavecchia aus in sein Fahrtgebiet, das westliche Mittelmeer.

Außer dem LNG-Antrieb verfügt das Schiff über eine Reihe moderner, technologischer Innovationen, welche die Umweltbelastung weiter verringern. So wird etwa der gesamte Tagesbedarf an Wasser durch die Umwandlung von Meerwasser mit Hilfe von Entsalzungsanlagen gedeckt. Der Energieverbrauch wird dank eines intelligenten Energieeffizienzsystems auf ein Minimum reduziert. Die Abfälle an Bord

werden zu 100 Prozent getrennt gesammelt und Materialien wie Plastik, Papier, Glas und Aluminium recycelt. Das für die Einrichtung des neuen Archipelago-Restaurants verwendete Treibholz wurde dank der „Guardians of the Coast“, dem von der Stiftung Costa Crociere unterstützten Umwelterziehungsprogramm zum Schutz der italienischen Küste, wiederverwertet. Und für jedes Abendessen, das im Archipelago serviert wird, spendet Costa einen Teil des Erlöses zur Unterstützung der Umwelt- und Sozialprojekte der Stiftung.



21 RESTAURANTS bieten Gästen ein „kulinarisches Erlebnis.“



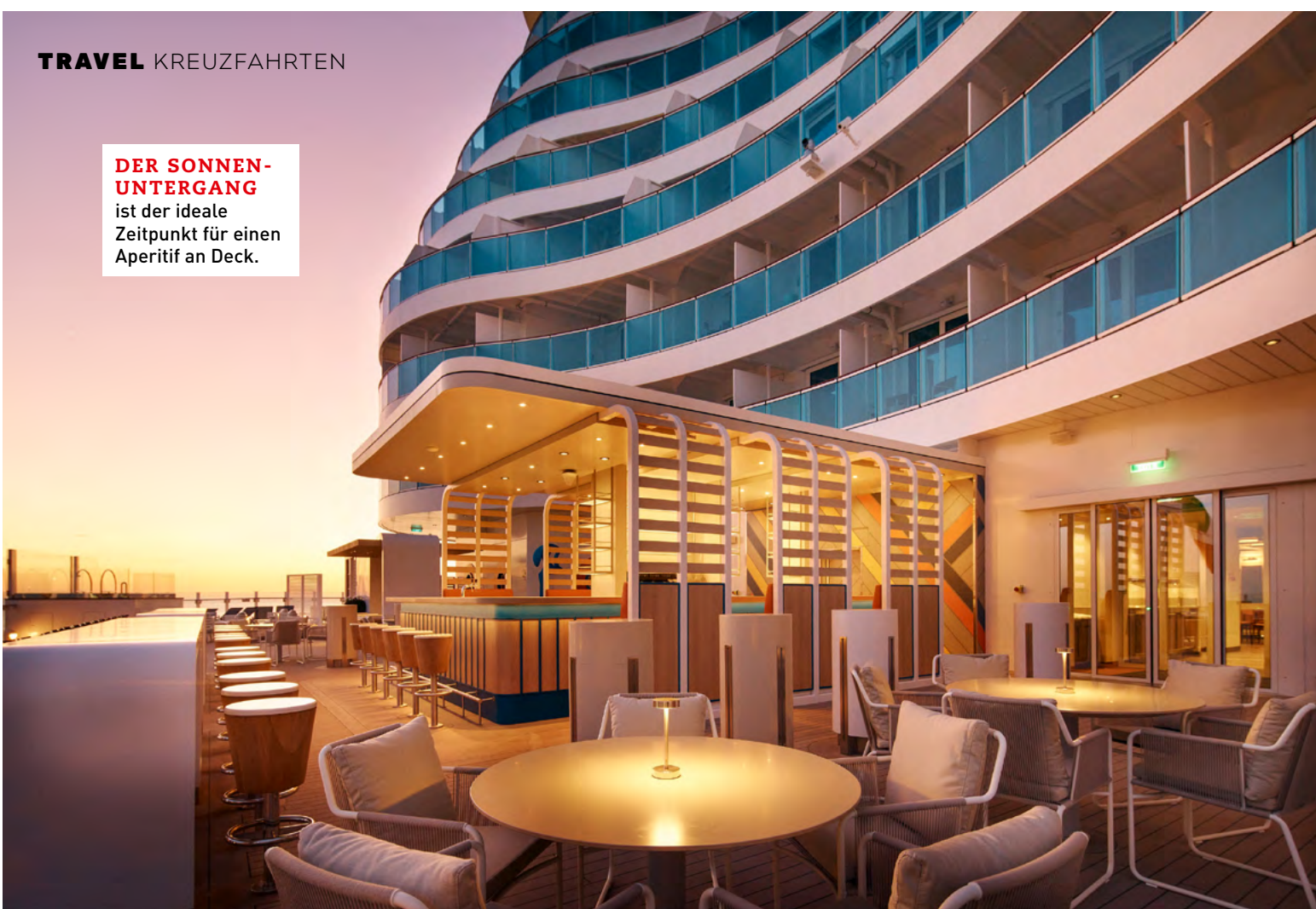
FRISCHE LUFT schnappen die Passagiere in rund 1.550 Balkonkabinen.



MADE IN ITALY sind alle Möbel, die Beleuchtung und die Accessoires Bord.

Fotos: Costa Kreuzfahrten, Sarah Leu TRVL Counter

**DER SONNEN-
UNTERGANG**
ist der ideale
Zeitpunkt für einen
Aperitif an Deck.



CAMPARI-BAR Mit einem Drink in der Hand genießt man hier entspannt das abendliche Showprogramm im Colosseo. Beim Auslaufen in Genua konnte die Mediengruppe die Aussicht auf Deck 18 genießen.



**AHOI: GEFÜHRTE
AUSFLÜGE**, wie hier nach Genua zu einer „Pescherie“, werden endlich wieder angeboten.

„Wow! Mein erstes Mal.“

Kreuzfahrt – ein Begriff, der mir seit Jahren bekannt ist. Und doch hatte ich nie daran gedacht, einmal eine Kreuzfahrt zu machen. Als absoluter Neuling, ohne Erwartungen, bin ich diese viertägige Reise auf diesem neuen, zukunftsorientierten Riesen angetreten und kann nur eines sagen: Ich komme wieder!



AN BORD gibt es alles, was das Herz begehrt. Den handgemachten „kleinen Mozzarella“ gibt es in der bordeigenen Pizzeria.



INFOKASTEN

Marseille, Barcelona, Valencia, Palermo und Civitavecchia/Rom sind die Reiseziele auf der ersten Kreuzfahrt der Costa Toscana. Nach seinem Debüt fährt das neue Flaggschiff bis Ende November im westlichen Mittelmeer. Während der Sommersaison läuft es Savona, Civitavecchia/Rom, Neapel, Ibiza, Valencia und Marseille an, in der Herbstsaison nimmt Palma de Mallorca den Platz von Ibiza ein.

„Die Costa Toscana verkörpert perfekt unsere Idee des neuen Reisens mit Costa, an dem wir die letzten Monate gearbeitet haben, einschließlich der Erkundung von Reisezielen“, erklärt Mario Zanetti, Präsident von Costa Crociere. „Ihre Jungfernreise ist auch ein weiterer Schritt auf dem Weg, unsere Flotte in diesem Sommer wieder voll auszulasten“, sagt er. Außer dem Neuzugang gehen sieben weitere Schiffe der Costa-Flotte in Betrieb. Schon im Sommer fährt die gesamte Flotte von zwölf Schiffen wieder. Vom Frühjahr 2022 bis zum Winter 2022/23 stehen insgesamt mehr als 1.800 Kreuzfahrten mit Reisezeiten von drei bis 127 Tagen auf dem Programm von Costa.

Die Schiffe nehmen Kurs auf weltweit 179 Destinationen. „Wir verzeichnen eine steigende Nach-

frage nach unseren Kreuzfahrten“, erklärt Costa-Präsident Zanetti. „Ich bin davon überzeugt, dass die Kreuzfahrten bald wieder normal durchgeführt werden mit neuen Protokollen, die es unseren Gästen ermöglichen, die Erlebnisse an Bord und an Land in vollen Zügen zu genießen. Dazu gehören auch individuelle Ausflüge für die Gäste in allen Destinationen.“

➔ Mehr Infos: www.costakreuzfahrten.de

HINWEIS ZUM BERICHT

Die Recherchereise für diesen TRVL Counter-Beitrag wurde von Veranstaltern, Hotels sowie Costa Kreuzfahrten unterstützt. Der Bericht ist unabhängig recherchiert und verfasst worden.

Fotos: Costa Kreuzfahrten, Sarah Leu TRVL Counter



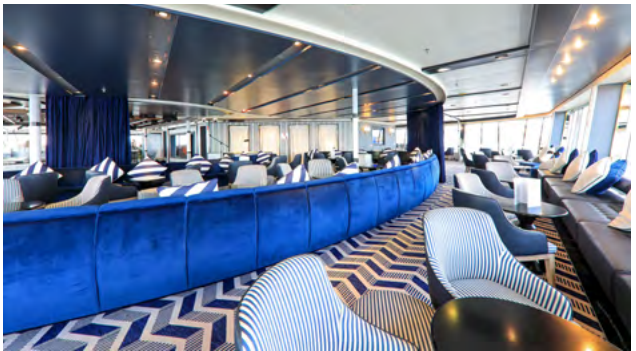
GANZ ANDERS ALS BEIM

Schwesterschiff Costa Smeralda ist das Heck auf Deck 6 gestaltet. Hier befinden sich zwei Infinity-Jacuzzis.

INFOKASTEN

nicko cruises geht mit der VASCO DA GAMA in der Saison 2023/24 auf Weltreise. Den neuen Katalog dazu gibt es online und in gedruckter Form. Angesteuert werden Traumorte in Afrika, in Südostasien, im Outback Australiens, in Neuseeland, in der Südsee und an der Pazifikküste Mittelamerikas sowie in der Karibik. Auch Stopps auf den Kapverden, Madeira und den Kanaren sind dabei.

SCHIFF FÜR ENTDECKER: Die VASCO DA GAMA verfügt über eine große Auswahl an Innen-, Außen-, Familien- und Balkonkabinen sowie Suiten.



IN FÜNF RESTAURANTS verwöhnt die Küchencrew ihre Gäste. Der Dome, die maritime Aussichtslounge auf dem obersten Deck, wandelt sich abends zum Nachtclub.

In 183 Tagen um die Welt

183 Tage, 90 Häfen, 40 Länder und fünf Kontinente: nicko cruises schickt die VASCO DA GAMA mit 1.000 Gästen an Bord einmal um die ganze Welt.

Text Iris Quirin

Am 10. Oktober 2023 heißt es: Leinen los! Dann macht sich die VASCO DA GAMA in Lissabon auf den Weg rund um die Welt und kommt am 8. April 2024 wieder in Lissabon an. Der Stuttgarter Kreuzfahrtexperte nicko cruises umrundet mit dem klassischen Hochseeschiff 2023 und 2024 den Globus und nimmt dabei maximal 1.000 Gäste mit auf eine Kreuzfahrt, die zu den Top-Sehnsuchtszielen der Welt führt. Damit können die Gäste des schwimmenden 4-Sterne-Hotels auf einer Reise so unterschiedliche Orte wie Marrakesch, die Namibwüste, Mauritius, La Réunion, den Taj Mahal, die Tempel von Angkor Wat, das Great Barrier Reef, Tasmanien, Bora Bora und den Panamakanal entdecken. Insgesamt beinhaltet die Weltreise vier Etappen und zehn Routen mit

unterschiedlicher Länge, die auch einzeln gebucht werden können. Die Etappen gehen von Lissabon bis Mauritius, von Mauritius bis Manila, von Manila bis Puerto Vallarta (Mexiko) und von Puerto Vallarta nach Lissabon. Da die VASCO DA

GAMA mit ihren neun Decks nur 220 Meter lang und 30 Meter breit ist, kann sie auch in Häfen ankeren, die für Ozeanriesen keine Liegeplätze bieten.

Das Leben an Bord
In fünf Restaurants verwöhnt die Küchencrew ihre Gäste zu den Hauptmahlzeiten mit einem abwechslungsreichen Angebot frisch zubereiteter Gaumenfreuden. Während im Club Bistro Buffets, Show-Cooking und Themen-Kulinarik präsentiert werden, servieren die Kellner in den drei Waterfront-Restaurants am Tisch. Das gilt auch für das feine Restaurant The Grill, wo die Gäste ihre Menüs gegen einen geringen Aufpreis genießen können. Alle Restaurants bieten ausgedehnte, flexible Tischzeiten bei freier Platzwahl. Für den

Auf der Weltreise an Bord der VASCO DA GAMA lernen unsere Gäste die Erde auf eine Weise kennen, die den meisten Menschen verborgen bleibt.“

GUIDO LAUKAMP
Geschäftsführer von nicko cruises

Fotos: nicko Cruises



BALKONKABINE: Der Balkon lädt mit drei Quadratmetern zum Verweilen an der frischen Luft ein. Die Betten können auf Wunsch getrennt gestellt werden.

WATERFRONT RESTAURANT: Das Hauptrestaurant auf Deck 7 am Heck ist das größte Restaurant an Bord. Durch die Panoramafenster bietet es einen guten Blick aufs Meer.

LUXUS AUF HOHER SEE: Elegant lässt sich die Welt in einer De Luxe Suite oder einer Royal Penthouse Suite umrunden. Im Penthouse finden bis zu vier Personen Platz.

3 FRAGEN AN
Guido Laukamp
Geschäftsführer von nicko cruises

„Momente für die Ewigkeit“

Was ist das Besondere an einer Weltreise auf einem Schiff?

An Bord lernen unsere Gäste die Erde auf eine Weise kennen, die den meisten Menschen verborgen bleibt. Ohne mehrfaches Kofferpacken gelangen sie zu den schönsten Sehnsuchtszielen an den Küsten der Weltmeere.

Was erwartet die Gäste an Bord?

Neben dem Komfort erwarten sie unbeschreibliche Aussichten, spannende Einsichten, wertvolle Erfahrungen, bleibende Erinnerungen und Momente für die Ewigkeit.

Gibt es auch eine Möglichkeit für Teil-Weltreisende, die keine 183 Tage Zeit haben?

Alle Etappen sind auch einzeln buchbar und bestehen aus zehn Routen mit unterschiedlicher Länge, die ebenfalls separat gefahren und beliebig kombiniert werden können, beispielsweise zur kleinen Weltreise von Singapur bis Lissabon.

kleinen Hunger außerhalb der Essenszeiten bietet der Alfresco Grill leichte Gerichte an.

Die leckeren Kalorien lassen sich im großen Fitnessbereich oder in einem der beiden Pools wieder abtrainieren. Entspannung finden die Passagiere im weitläufigen Spa. Abends lädt das Show-Theater zu einem künstlerischen Ausklang des Tages ein. Auch Lektoren sind mit an Bord und sorgen mit spannenden Vorträgen für kurzweilige Seetage.

Die Nachhaltigkeit reist mit
Damit die Umrundung der Welt der Umwelt so wenig wie möglich schadet, wurde die VASCO DA GAMA auf dieselelektrische Motoren und auf schwefelarmes Marinodieselöl (MGO) umgestellt, das

bis zu 85 Prozent weniger Schwefeloxide ausstößt. Das Schiff hat in den Häfen lange Liegezeiten und setzt eine sogenannte selektive katalytische Reduktion ein, die den Ausstoß von Stickoxiden um bis zu 95 Prozent verringert. Außerdem verfügt es über eine in Deutschland entwickelte und hergestellte hochmoderne Ultrafiltrations-Abwasserbehandlung und ein biologisches Abwassersystem, das komplett ohne Chemie auskommt. Eine innovative Membrantechnik sorgt dafür, dass das Abwasser Badequalität hat. Mit diesen Vorkehrungen steht der Entdeckung der Welt auch in Sachen Nachhaltigkeit nichts mehr im Weg. ⚓

➔ Mehr Infos: www.nicko-cruises.de/weltreise

Fotos: nicko Cruises



STELLENMARKT FÜR TOURISTIKER

FRÜHLINGS-AKTION!

Wer sucht, der findet: Machen Sie mit und nutzen Sie heute die Reichweite von TRVL COUNTER

Sie sind auf der Suche nach qualifizierten Fachkräften für Ihr Unternehmen? Dann schalten Sie Ihre Stellenanzeige für nur 300 Euro (Gesamtpreis für 6 Wochen Laufzeit). Und das Beste: Sollten Sie mehrere Anzeigen schalten wollen, so sparen Sie bereits ab der 2. Anzeige!

Profitieren Sie von unserer großen Reichweite: Wir versenden Ihr Jobangebot mit unserem täglichen Newsletter an rund 30.000 Abonnenten aus der Touristik- und Reisebranche.

Zusätzlich schalten wir Ihr Gesuch im Rahmen unseres Job Tuesday's auf unserem Social Media-Kanal. Hierfür nennen Sie uns gern Ihren Accountnamen und wir verlinken Sie!

Außerdem erfolgt am Samstag nach der Schaltung die Veröffentlichung in unserem TRVL Counter Weekly (<https://trvlcounter.de/weekly/>)!

Also zögern Sie nicht, senden Sie mir einfach Ihre Stellenausschreibung und Ihr Logo (oder Bürofoto) zu. Alles Weitere übernehmen wir für Sie! Ihre Anzeige wird innerhalb von 24 Stunden geschaltet. Einfacher geht es nicht, oder?

Falls Sie noch weitere Fragen haben, kontaktieren Sie mich gern unter dieser Mailadresse.

Ich freue mich auf Ihre Anzeige/n!

Kontakt: SARAH LEU
sarah.leu@lifestyleverlag.de
jobs@trvlcounter.de
Tel. +49 (40) 38 90 40-0

TRVL COUNTER

MEHR LOKALITÄT:

A-ROSA bietet bei seinen Städtereisen die Möglichkeit, Köche, Künstler und Einheimische aus der Region kennenzulernen.

DESTINATION SCOUTS:

Einheimische Experten geben den Gästen Tipps, wie sie ihre Heimatstadt am besten kennenlernen können.

Klassenprimus ab 2023

A-ROSA entwickelt seinen Premium-alles-inklusive-Tarif deutlich weiter. Die Neuausrichtung ab 2023 legt den Schwerpunkt auf mehr Individualität, besseren Service, hochwertige Kulinarik, authentische Erlebnisse und Nachhaltigkeit.

A-ROSA will sich von seinen Mitbewerbern deutlich absetzen und richtet sein Produkt zur Saison 2023 neu aus. Mit größerer Individualität, besserem Service, Kulinarik auf Gourmet-Niveau sowie mehr Nachhaltigkeit will der Flussreiseanbieter den geänderten Kundenbedürfnissen gerecht werden und sich ab der Saison 2023 als „PremiumPLUS-Anbieter“ positionieren. Das teilte das Management Mitte März mit.

Über 200 große und kleine Produkt-Verbesserungen wird es als Ergebnis von Kundenbefragungen geben, betonte Jörg Eich-

ler, Geschäftsführer der A-ROSA Flussschiff GmbH. Dazu gehören die Individualisierbarkeit der Angebote, der Service, das kulinarische Konzept, die Familienfreundlichkeit und das Thema Wellbeing. Zudem legt der Anbieter in Zukunft noch mehr Wert auf authentische Erlebnisse in den Regionen und auf das Thema Nachhaltigkeit.

Mehr Genuss und Service

Eichler stellte die zehn wichtigsten Veränderungen vor. Ganz vorne: die Kulinarik. „Durch eine größere Vielfalt sowie eine noch höhere Qualität der Produkte werden wir die Essens-

und Getränkeauswahl auf ein wahres Gourmet-Niveau heben“, sagt er. Zudem haben die Gäste die Wahl, ob sie ihr Abendessen lieber selbst am Buffet zusammenstellen oder ein an den Tisch serviertes Menü bevorzugen. Eine weitere deutliche Qualitätssteigerung stellte COO Markus Zoepke vor: „Beim Service werden wir uns spürbar besser aufstellen, indem wir neue Stellen an Bord schaffen, wie einen Assistant-Maitre d'hôtel. Eine Schlüsselposition wird der Guest-Relations-Manager einnehmen, der ausschließlich für unsere Gäste da ist und versuchen wird, ihnen jeden Wunsch zu er-

Fotos: A-ROSA Flussschiff GmbH



AUSFLUG: Als besonderes Highlight ist ein halbtägiger Ausflug mit Dinner ab 2023 bereits im Reisepreis enthalten.

DIE KULINARIK an Bord erreicht durch mehr Qualität, Vielfalt und Wahlmöglichkeiten Gourmet-Niveau.

GUEST-RELATIONS: Diese Mitarbeiter sind ausschließlich für die Gäste da und versuchen, ihnen jeden Wunsch zu erfüllen.



füllen.“ Auch vor der Reise wird die Kundenfreundlichkeit gestärkt, etwa durch eine Preisgarantie, die bei Buchung einer Reise in der Folgesaison bis zum 30. November sicherstellt, dass A-ROSA die Reisen zu keinem Zeitpunkt danach zu einem geringeren Preis anbietet.

Authentische Erlebnisse

Zu den neuen Schwerpunkten der A-ROSA Städtereisen gehört auch, das Reiseziel authentisch zu erleben. So können Urlauber etwa Köche, Künstler und Einheimische aus der Region kennenlernen. Eine echte Innovation sind die Destination Scouts, die den Gästen Tipps geben, wie sie ihre Heimatstadt am besten kennenlernen können. Auch bei den Ausflügen steht das individuelle Erlebnis mit 500 Touren für jeden Geschmack im Vordergrund. Als neue Kategorie kommen die „Exklusiv-Touren“ dazu. Das sind individuelle Ausflüge mit Fahrzeug, Fahrer und einem eigenen Reise-

leiter. Als besonderes Highlight ist ein halbtägiger Ausflug mit Dinner ab 2023 im Reisepreis enthalten.

Unterhaltung und Erholung

Noch mehr soll auch das Unterhaltungsprogramm an Bord bieten: Bereits ab Fünf-Nächte-Reisen wird es ein abendliches Konzert geben, ab sieben Nächten sogar zwei und ab neun Nächten kommt noch ein Lektor hinzu. Die Künstler stammen aus den bereisten Regionen oder sind von diesen geprägt und vermitteln den Gästen das künstlerische Flair ihrer Heimat.

Im SPA-ROSA werden neue Behandlungen und Massagen angeboten, Yoga- und Fitnesskurse ergänzen das Programm. Neben geführten Fahrradausflügen gibt es auch die Möglichkeit, sich E-Bikes für individuelle Erkundungen auszuleihen. Und als einziger Anbieter der Branche von Familienreisen weitet A-ROSA auch das Angebot für Kinder aus: „Zusätzlich zu den

definierten Familienreisen in den Ferienzeiten werden wir auf fast allen Schiffen einen Kids Club mit Animationsprogramm anbieten, wenn mehr als zehn Kinder an Bord sind“, erklärt Eichler.

Nachhaltigkeit im Fokus

Um das Thema Nachhaltigkeit noch intensiver als bisher anzugehen, hat A-ROSA zum 1. Februar eine eigene Nachhaltigkeitsabteilung gegründet, deren Leiterin Sandra Wendland ist.

Binnen eines Jahres sollen der aktuelle Nachhaltigkeitsfußabdruck von A-ROSA bestimmt und auf Basis von Umfeldanalysen und Befragungen von Interessensgruppen ein klarer Fahrplan bis 2030 erstellt werden, der Indikatoren, Maßnahmen und Ziele festlegt. „Die Vorstellung der Roadmap erfolgt zum Saisonbeginn 2023“, erklärt Wendland. ⚓

➔ mehr Infos: www.a-rosa.de

DIGITAL DETOX

Seit Ausbruch der Corona-Pandemie halten digitale Technologien das Leben am Laufen – beruflich wie privat. Doch wer ständig online und erreichbar ist, wird unweigerlich gestresst. Multitasking überfordert die Menschen, ihre Konzentrationsfähigkeit leidet. Höchste Zeit für ein digitales Fasten.

Text Iris Quirin

Öfter mal abschalten

Zahlreiche Ratgeber wie „Das Digital Detox Buch: Das 28-Tage-Programm für ein smartes Leben in digitaler Balance“ von Anitra Eggler beschäftigen sich mit dem Thema Digital Detox. Bei der bewussten digitalen Entgiftung verzichtet man eine Zeitlang auf alle internetfähigen Geräte. In „Detox Camps“ oder „Breakout Camps“ lernen die Teilnehmer sogar, wie sie tagelang ohne ihre digitalen Begleiter „überleben“ können.

Wer übrigens seinen Digital-Konsum messen will, kann dafür Apps wie Menthal (für Android-Geräte) oder Moment (fürs iPhone) nutzen. Die Programme registrieren, wie häufig und wie lange man sein Smartphone in die Hand nimmt. Doch schon mit einfachen Schritten lässt sich Digital Detox in den Homeoffice-Alltag integrieren:

Morgens offline starten

Die Detox-Expertin Anitra Eggler rät, morgens erst die dringenden und wichtigen Aufgaben des Tages

zu definieren und am besten zuerst drei davon zu erledigen, bevor die Mails gecheckt werden. Denn wer morgens direkt online geht, bleibt im Hamsterrad stecken. Sinn und Zweck der Übung ist es, die sogenannten reaktiven Rituale zu brechen, also nicht gleich vorm Bildschirm klebenzubleiben.

E-Mail-Öffnungszeiten einführen

Eggler selbst liest und beantwortet ihre Mails nur zu bestimmten Tageszeiten (vormittags und nachmittags). Damit jeder Bescheid weiß und sich nicht wundert, dass nicht umgehend eine Antwort kommt, kommuniziert sie das in ihrer E-Mail-Signatur und auf ihren Visitenkarten.

Weniger und bewusster mailen

Egglers weiterer Rat: Weniger mailen! Wer viel mailt, bekommt viele Mails zurück. Und viele sind unnötig. Das gilt auch für andere digitale Kommunikationsformen wie Postings oder SMS.

Smartphone-freie Zonen und Zeiten festlegen

Digitale Pausen lassen sich ganz einfach einrichten, indem das Smartphone zu bestimmten Zeiten ausgestellt oder zum Beispiel in den Flugmodus versetzt wird oder an bestimmten Plätzen, wie etwa am Esstisch oder im Schlafzimmer,

tabu ist. Spielerisch helfen bei den digitalen Pausen Gadgets wie das „Handy-Gefängnis“ von mementoy, in das gleich fünf Smartphones mit einem Zeitschloss für eine bestimmte Zeit gesperrt werden können.

Push-Nachrichten ausstellen

Erhebungen zufolge nimmt jeder Bundesbürger sein Smartphone durchschnittlich alle zehn Minuten in die Hand. Neben der Angst, etwas zu verpassen (Fear of Missing out – FoMO) liegt dies häufig daran, dass wieder einmal eine Push-Mitteilung oder eine E-Mail eingeht. Wer konzentriert arbeiten will, stellt diese Funktion am besten in den Einstellungen seines Smartphones ab!

Analoge Alternativen nutzen

Buch statt E-Book, Wecker statt Smartphone neben dem Kopfkissen: Der Wunsch nach mehr Analog ist vorhanden. Eine repräsentative Studie im Auftrag des Digitalverbands Bitkom ergab, dass die Mehrzahl der befragten rund 1.000 Personen ab 16 Jahren in Deutschland die Bildschirmzeit nach Ende der Corona-bedingten Einschränkungen von aktuell zehn Stunden auf durchschnittlich 7,6 Stunden pro Tag reduzieren will. Das wäre sogar weniger, als noch vor Corona (acht Stunden). 

➔ www.bundesverband-waldbaden.de

BUCHTIPP

ANITRA EGGLER:
DAS DIGITAL DETOX BUCH
Das 28-Tage-Programm für ein smartes Leben in digitaler Balance.
14,95 Euro
ISBN:9783950472608

Foto: iStock



WALDBADEN

Frisches, grünes Laub, das Rauschen der Blätter und der Duft von Tannennadeln: Ein Waldspaziergang tut Körper und Seele gut.

STAURaum SCHAFFEN

„Alles hat einen Platz – alles hat seinen Platz“ – so lautet das Mantra der Aufräumprofis. Gut Ordnung halten lässt sich mit ausreichend Stauraum, etwa mit Schreibtischen mit Schubladen, Rollcontainern unter dem Schreibtisch, Hängeregalen oder, sofern der Platz es zulässt, einem Sideboard oder Regal. Eventuell lässt sich auch ein Regalfach im Wohnzimmerschrank für die Arbeit freiräumen.

KLEINKRAM SORTIEREN

Wer keine Schubladen oder Rollcontainer mit Schubladen unter dem Schreibtisch hat, kann den Kleinkram wie Stifte und Büroklammern in dekorativen Bechern und Schachteln sortieren und auf das Sideboard oder Regal stellen.

KLADDE STATT POST-ITS NUTZEN

Nichts ist unübersichtlicher als ein Bildschirm voller Post-its. Eine bessere Lösung ist, alle Notizen in eine Kladde einzutragen, so geht auch keine wichtige Information verloren. Erledigte Aufgaben lassen sich einfach durchstreichen.

ABLAGETAG EINHALTEN

Feste Ablagetage sind sinnvoll, doch nicht immer einzuhalten, wenn gerade viel zu tun ist. Daher am besten einen Tag nutzen, an dem nicht viel los ist. Das sollte jedoch einmal die Woche sein. Wer seine Unterlagen regelmäßig sortiert, sorgt für Ordnung im Homeoffice und behält den Überblick.

UNTERLAGEN GRUPPIEREN

Briefe, Rechnungen und Belege lassen sich schnell in eine Mappe mit mehreren Fächern sortieren oder in Ablagekörben sammeln. Wichtig ist, Privates und Dienstliches sauber zu trennen. Geschäftliche Unterlagen, die nicht mehr benötigt werden, am besten ins Büro mitnehmen und dort wie gewohnt schreddern. Bis dahin sollten diese an einem sicheren Platz, etwa einer abschließbaren Schublade, aufbewahrt werden.

SCHREIBTISCH AM FEIERABEND AUFRÄUMEN

Die vom Büro bekannte „Clean Desk Policy“ bewährt sich auch im Homeoffice. Denn wer seinen Schreibtisch abends aufräumt, kann am kommenden Morgen frisch starten. Ein aufgeräumter Schreibtisch stört das Wohnambiente nicht und sorgt für ein gutes Feierabendgefühl.

PAPIERKORB ANSCHAFFEN

Dieser gehört praktischerweise direkt unter den Schreibtisch. Was nicht aufbewahrt werden muss und erledigt ist, wandert in den Papierkorb.

SCHREIBTISCH ORGANISIEREN

Nach dem Motto „weniger ist mehr“ nur das Nötigste auf den Schreibtisch stellen und nur das, was ständig benutzt wird. Dazu zählen Notebook, Tastatur, Maus, Smartphone, Stift und Kladde oder Block und eventuell noch ein extra großer Monitor. Einige wenige persönliche Gegenstände sorgen für gute Laune. Ebenfalls auf den Schreibtisch gehören die Unterlagen, die gerade bearbeitet werden, sowie ein Tischkalender, sofern nicht der elektronische im Notebook oder Smartphone benutzt wird.

ARBEITS- GERÄTE IN REICH- WEITE HALTEN

Die verstaute Gegenstände sollten in bequemer Reichweite sein: Stifte, Büroklammern, Klebestift und -streifen, USB-Sticks, externe Festplatten, Locher und Heftgerät, Briefumschläge, Ladekabel, externe Festplatte für das tägliche Backup und das Headset für die Video-meetings in der Schreibtischschublade. Ordner und Kataloge lassen sich übersichtlich auf dem Sideboard oder Regal abstellen, Kataloge in Schubern sortieren. Auch der Drucker sollte in Reichweite stehen.

TIPPS

für Ordnung auf dem Schreibtisch

Seit Ausbruch der Corona-Pandemie arbeiten so viele Deutsche wie nie zuvor zu Hause. Doch nicht jeder hat dort ein eigenes Arbeitszimmer, viele müssen sich mit einem Schreibtisch im Wohnzimmer arrangieren oder den Wohn-/Esszimmertisch für die Arbeit umfunktionieren. Umso wichtiger, für eine übersichtliche Grundstruktur zu sorgen. Hier die wichtigsten Tipps.

Text: Iris Quirin

Illustration: iStock

Innovationsschub für Reiseunternehmen

Mittelständische Unternehmen können bis zu 12.000 Euro Fördergelder für Training und Coaching beantragen. Coachingexpertin Wibke Rissling-Erdbrügge erklärt, wie das geht und was das nutzt.

Text Wibke Rissling-Erdbrügge

DAS FÖRDERPROGRAMM

Die Bundesregierung hat 2015 das Förderprogramm „unternehmensWert:Mensch“ ins Leben gerufen. Mittelständischen Unternehmen wird ein Großteil der Honorarkosten eines im Programm zertifizierten Beraters erstattet. Dieser Coach begleitet das Unternehmen, um Innovationen umzusetzen. Voraussetzung ist, dass die Mitarbeitenden am Entwicklungsprozess beteiligt werden. Bundesweit haben sich bis heute rund 3.000 Unternehmen mit insgesamt etwa 100.000 Beschäftigten für das Beratungsangebot von unternehmensWert:Mensch entschieden – ein großer Erfolg. Im letzten Jahr wurde ein neuer Programmzweig veröffentlicht mit dem Titel: „Gestärkt durch die Krise“. Nun bekommen mittelständische Unternehmen bis zu 12.000 Euro Förderung für Beratungen, die helfen, die Belastungen der Coronakrise zu überwinden und das Unternehmen für die Zukunft vorzubereiten.

DIE TOURISMUSBRANCHE

Tourismusunternehmen haben besonders unter der Coronakrise gelitten. Hinzu kommt: Der Fachkräftemangel behindert das Wirtschaftswachstum, der Beratungs-

aufwand der Urlauber und Kunden hat deutlich zugenommen, und Nachhaltigkeit und Klimaschutz werden in Zukunft eine zentrale Rolle in der Reisekonzeption spielen. Die Anforderungen im Bereich Digitalisierung, Finanzen und Marketing werden größer. Und die politische Weltlage macht das Reisen zusätzlich kompliziert. Wer sich als Tourismusunternehmen heute nicht auf die Zukunft vorbereitet, dürfte schlechte Karten haben.

DIE GEFÖRDERTE PROZESSBERATUNG

Wichtig ist, einen Beratenden auszuwählen, der die richtigen Kompetenzen mitbringt oder in seinem Team vereint. Die Chemie muss stimmen, aber auch Fach- und Branchenkompetenzen sind erforderlich. Denn eine Beraterin oder ein Coach kann das Unternehmen nur dann wirklich begleiten, wenn sie verstehen, wie das Reisegeschäft funktioniert. Muss der Unternehmer erst ausführlich erklären, verliert er Zeit und Geld und kann dennoch nicht sicher sein, dass sein Coach die Fragestellungen in Gänze durchdringt. Nachdem die Beraterin oder der Berater ausgewählt wurde, empfiehlt es sich, gemeinsam einen ersten Plan zu schmieden, der exakt die offenen Fragestellungen, Probleme und

Innovationsfelder im Unternehmen thematisiert. Entwicklungspläne, die das Beratungsunternehmen schon aus anderen Unternehmen in der Schublade hat, verfehlen die Wirkung, denn jedes Unternehmen ist einzigartig und sollte ein individuelles Konzept erhalten.

ANTRAG ABSTIMMEN

Wenn das Konzept steht, wird der Termin mit der lokalen Erstberatungsstelle von unternehmensWert:Mensch abgestimmt. Häufig wird inzwischen auch online kommuniziert, das spart den Fahrtweg. Die Erstberatungsstelle vergibt nach dem Gespräch den Beratungsscheck. In dem Programmzweig „Gestärkt durch die Krise“ gilt der Scheck für ein Beraterhonorar von 5.000 Euro und eine Prozessberatung über drei Monate. Das Unternehmen übernimmt von den 5.000 Euro 1.000 Euro, die verbleibenden 4.000 Euro werden gefördert. Dieser Beratungsscheck kann bis August 2022 noch zwei weitere Male beantragt werden. So kommt eine Förderung von 12.000 Euro zusammen.

Gute Ergebnisse haben nur dann einen Wert, wenn sie umsetzbar sind. Daher ist es wichtig, dass im ersten Schritt die Geschäftsführung ihre Inhalte, Themen und Ziele

Illustration: iStock



VORTEIL KOMPETENZ

Der ausgesuchte Berater sollte Fach- und Branchenkompetenz mitbringen und verstehen, wie die Reisewirtschaft funktioniert.

**FÖRDERUNG
JETZT NUTZEN**
Das Programm der
Regierung läuft nur
noch bis August 2022,
daher ist eine schnelle
Antragstellung ratsam.



HINWEIS ZUR FÖRDERUNG

Das Schulungs- und
Beratungsinstitut WRE
Training für Touristiker in
Berlin ist im Förderprogramm
unternehmensWert:Mensch
zertifiziert und bietet ein
individuelles und bezuschusstes
Unternehmens-Coaching an.

Infos von WRE
[https://www.wre-trainings.de/
unternehmenscoaching](https://www.wre-trainings.de/unternehmenscoaching)

Infos der Regierung:
[https://www.unternehmens-wert-mensch.
de/startseite/](https://www.unternehmens-wert-mensch.de/startseite/)

bespricht und sich Feedback holt. Möchte das Unternehmen beispielsweise Fachkräfte binden, so bespricht die Geschäftsführung mit der Beraterin, was die Mitarbeiter heute schon an das Unternehmen bindet. Sie analysieren, was genau in den letzten Monaten zu Kündigungen führte und wie Mitarbeiterloyalität durch menschenorientierte Führung oder materielle Benefits konkret gefördert wird. Es werden praxisnahe Maßnahmen entwickelt, und der Unternehmer profitiert von kritischen Rückfragen ebenso wie von konstruktiven Ideen durch den Coach.

MITARBEITER-COACHING

Bleiben wir bei dem Beispiel Mitarbeiterbindung, so könnte ein nächster Schritt der Mitarbeiter-Workshop sein. Alle Kollegen diskutieren am runden Tisch, moderiert durch die Beraterin, welche Stärken das Unternehmen als Arbeitgeber hat, wie es sich weiter entwickeln könnte und wie bei jedem im Team persönliche Loyalität spürbar wird. Aus diesem Workshop werden konkrete Maßnahmen abgeleitet und in der Umsetzung durch die Beraterin begleitet. Dabei ist das Ziel, dass die Beteiligten Kompetenzen gewinnen. Regelmäßige

Mitarbeitenden-Gespräche könnten eine Neuerung sein, so kann der Coach mit der Führungskraft die Gespräche vorbereiten, ihn unterstützen und zum Schluss die Ergebnisse auswerten. So entsteht neues Handlungswissen auf der Führungsebene.

PRIORITÄTEN SETZEN

In der Regel gibt es zwei bis drei Fokusthemen, die in dem Entwicklungsprojekt verfolgt werden. Sind es zu viele Themen, so wird das Unternehmen überfordert, denn das Tagesgeschäft läuft ja weiter. Selbsterkenntnisse, innovative, passgenaue Ideen und Projekte, Optimierungen nah an den Bausteinen des Unternehmens, Wissen und Know-how, Freude am Entwickeln, bessere Strategien – das sind die Vorteile eines solchen Beratungsprozesses. Im Unternehmen richtig verankerte Verbesserungspläne sind die Benefits, die mit einer Prozessberatung mit unternehmensWert: Mensch möglich werden. Vorteil für das Unternehmen: Produktivität, Leistungsbereitschaft und Motivation im Unternehmen steigen messbar. Das Förderprogramm läuft nur noch 2022, daher ist eine schnelle Antragstellung ratsam. 

Illustration: iStock

GESCHÄFTSREISEN NEHMEN WIEDER ZU

Im Segment der Geschäftsreisen geht es wieder aufwärts. Das ermittelte der Verband Deutsches Reisemanagement (VDR) in seiner aktuellen Barometerumfrage unter den Mitgliedsunternehmen. Nachdem die deutschlandweite VDR-Geschäftsreiseanalyse für 2020 einen drastischen Einbruch von 83 Prozent der Dienstreisen feststellte, wird für 2022 mit steigenden Zahlen gerechnet. Rund ein Viertel der VDR-Mitglieder führen wieder bis zu 50 Prozent ihrer Reisen von 2019 durch und ebenso viele erlauben Geschäftsreisen uneingeschränkt. Doch gehen mehr als 60 Prozent davon aus, dass es künftig bis zu 30 Prozent weniger Dienstreisen geben wird.

71 Prozent der Unternehmen
stehen in den Startlöchern,
ihre Geschäftsreisen wieder
aufzunehmen.



Branchenprojekt zum Klimaschutz

Der DRV und die Nachhaltigkeitsinitiative Futouris haben das neue Projekt „Klimabewusst reisen“ gestartet. Ziel ist eine einheitliche Darstellung des Klima-Fußabdrucks am Point of Sale. In der ersten Phase entwickelt Futouris in Kooperation mit dem „Institut für nachhaltigen Tourismus“ einen einheitlichen Standard für die Klimabilanzierung von Reisen.

Anzeige



**FORUM
ANDERS
REISEN**



Es geht um die Welt.

Geschichten von fairen Reisen

**forum anders reisen –
Der Verband für
nachhaltigen Tourismus**

Tel. 040 181 2604 60
trvlcounter@forumandersreisen.de
www.forumandersreisen.de

Bildbände, die uns gefallen!

Redaktionslieblinge und Neuheiten der Verlage zum Frühling 2022



DAS 21. JAHRHUNDERT
21 Jahre ist das 21. Jahrhundert schon alt. Zeit, eine erste Bilanz zu ziehen – und zwar eine fotografische. Dieser Bildband zeigt aufwühlendes Zeitgeschehen, skurrile Randnotizen, anmutige Momente der Stille und zauberhafte Natureindrücke. 400 Seiten, ISBN: 978-3-86690-788-1, 39,99 Euro, [National Geographic](#)



SPANNENDE ZEITREISEN
Einen spannenden Streifzug durch die Weltgeschichte in 130 Zeitleisten für die ganze Familie bietet der Bildband „Reise durch die Geschichte: Vom Urknall bis zum Internet – die Welt im Lauf der Zeit“. 340 Seiten, ISBN: 978-3-8310-3805-3, 24,95 Euro, [Dorling Kindersley Verlag](#)

ZWEIRAD.GLÜCK
Radler liegen mit diesem Tourenführer für die besten Strecken Deutschlands richtig. Unterteilt nach vier Großregionen erleben sie die 100 besten Rad-Highlights zwischen Nordsee und Alpen, darunter Klassiker wie den Nordseeküsten-Radweg und Tagestouren etwa zum Bauhaus in Dessau. 168 Seiten, 22,99 Euro, ISBN 978-3-7343-1565-7, [Bruckmann Verlag](#)



SAGENHAFTE PFALZ
Jenseits von Wein und Wald liegt in der Pfalz noch so manches Kleinod verborgen. Der Fotograf Yannick Scherthan hat diese Region nun in seinem neuen Band mit bildgewaltigen Fotografien dokumentiert und stimmungsvoll in Szene gesetzt. 192 Seiten, ISBN-13: 978-3-95416-350-2, 39,99 Euro, [Frederking & Thaler Verlag](#)



WILDES DEUTSCHLAND
Hohe Berge, klare Seen, dunkle Wälder und wilde Natur gibt es in Deutschland in Hülle und Fülle zu entdecken. Die 100 schönsten Highlights hat Bernd Ritschel als Fotograf zusammengestellt. Die Landschaften vom Bodensee bis zum Wattenmeer begeistern. 311 Seiten, ISBN-13: 978-3-7343-2265-5, 39,99 Euro, [Bruckmann Verlag](#)



GLÜCKSUMWEGE
Vier Monate lang reiste der Fotograf Alexander Tempel durch die Alpen, um Glück und Zufriedenheit zu fotografieren. Dabei begegnete er Almwirten, Ziegenbauern, Hoteliers, Rangern, Farmern, Fotografen und Lebenskünstlern, die Krisen durchlebt und ihr Glück gefunden haben. 192 Seiten, ISBN-13: 978-3-86690-783-6, 24,99 Euro, [National Geographic](#)

TRVL
COUNTER
TIPP

MARCEL GREGORY STOCK
Interviews von Björn Eenboom

#BEHINDTHEMASK
Menschen hinter Masken
Berührende Einblicke in Zeiten der Pandemie

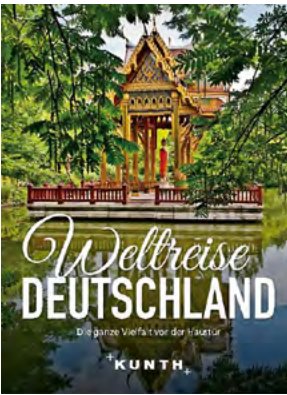
FREDERKING & THALER

NEU-HEIT!

#BEHINDTHEMASK
Menschen hinter Masken: Rund 150 bewegendes Porträts aus Deutschland in Zeiten der Corona-Pandemie zeigt der Bildband des Fotografen Marcel Gregory Stock mit Texten des Journalisten und Autors Björn Eenboom. Im Verlauf des Jahres 2020 startete Marcel Gregory Stock das Fotoprojekt #behindthemask, das den Zeitgeist zwischen Ohnmacht und Hoffnung, Trauer und Humor kaum besser wiedergeben könnte.

Es sind ausdrucksstarke Fotografien, von der Kassiererin bis zum Künstler, vom Make-up-Artist bis zum Minister, und bilden einen Querschnitt unserer Gesellschaft und ergründen die Gefühle und Geschichten hinter der Maske. Die Meinungsbeiträge und Interviews von Björn Eenboom mit Persönlichkeiten wie den Virologen Melanie Brinkmann und Hendrik Streeck sowie Prominenten wie Dieter Hallervorden, Ben Becker oder Thomas Anders machen das Buch zu einem einzigartigen Zeitdokument. 224 Seiten, ISBN: 978-3-95416-346-5, 24,99 Euro, [Frederking & Thaler](#)

COCINA LATINA
Lateinamerika-Experte Daniel Tischer tischt eine Fülle authentischer Rezepte aus den beliebtesten Reise-regionen Mittel- und Süd-amerikas auf. Dazu gibt es hochinteressante Einblicke in die Kulturen Mexikos, Perus, Chiles, Argentinens, Kolumbiens, Venezuelas, Brasiliens und Boliviens (224 Seiten). ISBN: 9783959615877, 29,99 Euro, [Christian Verlag](#)



FERNWEH KURIEREN
Die Welt erleben, ohne zu verreisen? Der Bildband „Weltreise Deutschland: Die ganze Vielfalt vor der Haustür“ zeigt: Sehenswürdigkeiten ferner Länder kann man auch hierzulande genießen! (288 Seiten). ISBN-978-3-96965-016-5, 24,95 Euro, [Knuth Bildbände, Illustrierte Bücher](#)

DISCOVER

TRVL COUNTER Lieblinge der Redaktion

COFFEE-TO-GO

Die umweltfreundliche Porzellan-Alternative für den Kaffee auf der Hand fasst 0,35 Liter.

30 Euro, www.dibbern.de



LICHTBLICK

Die schicke Sonnenbrille aus italienischer Handarbeit ist biologisch abbaubar. 100 Euro, colorfulstandard.de



SOMMERBEGLEITER

Ob Stadt, Strand oder Supermarkt – die lässige Korb tasche ist ein schicker Frühlings-Begleiter. 39,90 Euro bei www.remember.de

SPRING

FRISCHE FARBEN

Farbenfroh, mit gutem Sound und einer „Bio“-Sonnenbrille - so lässt es sich beschwingt in den Frühling starten.

Sound-Stark

Kratzfest, staub- und wasserdicht begleiten die robusten Bluetooth-Lautsprecher von Beosound Explore Outdoor-Fans. 199 Euro, www.bang-olufsen.com

BUNT ZU FUSS

Die bunten WAVY LITES-Sneaker von Skechers versprechen ein leichtes Tragegefühl. 44,95 Euro bei www.zalando.de



Fotos: PR der Hersteller; Illustration: iStock



JungeReiseprofis



Mit der Website **junge-reiseprofis.de** haben wir eine unabhängige und zentrale Anlaufstelle für Webinare, E-Learnings sowie Roadshow-Angebote geschaffen.

Für Nutzer sind alle Informationen ohne Paywall gratis nutzbar.

Die Übersicht wird täglich aktualisiert und jeden Samstag mit einem eigenen Newsletter an 30.000 Leser beworben. Für Veranstalter, Leistungsträger und Zielgebiete ist JRP ein nützliches und effizientes Instrument, um mit dem Reisevertrieb in Dialog zu treten.

WARUM JUNGE REISEPROFIS?

Wer sein Wissen ausbaut, kann auch kompetent beraten. So werden die Kundengespräche individueller, persönlicher und verbessern die Resonanz.

Wir möchten Reisebüros und Expedienten bei dem unterstützen, was Sie brauchen:

Mehr Wissen! Denn Wissen schafft Vertrauen.



Lufthansa City Center

Wo bin ich als Reisebüro mit Touristik und Business Travel am besten aufgehoben?

Gute Reisen brauchen gute Antworten.

**Ihr Reisebüro.
Weltweit.**

**Time to change: Werden Sie 2022 Teil des
starken LCC Unternehmer-Netzwerkes!**



franchise-lcc.de



franchise@lcc.de



lcc.de



lufthansa.city.center