

TRVL COUNTER

WIR SEHEN REISEN MIT ANDEREN AUGEN

PARADIES-PLÄNE

Vom Besten: Die Hoteliersfamilie Gerlach baut ein Ultraluxus-Resort auf den Malediven

DIE WILDE FAHRT

Beste Stimmung bei den mobilen Reiseberatern auf der TLTU-Jahrestagung

★
Danke Dirk!

DRV-Geschäftsführer
Dirk Inger geht.
EIN RÜCKBLICK

Unter Segeln

Eine etwas andere Kreuzfahrt auf dem Viermaster Star Clipper in der Karibik

◆ BARBADOS: Die kleine Karibikinsel kommt groß raus

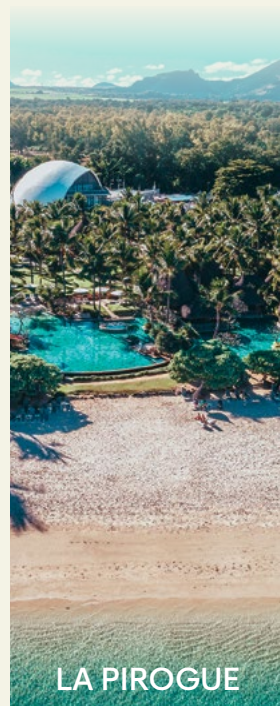
Unvergleichliches Urlaubserlebnis in vier atemberaubenden Resorts. Jedes Hotel zeichnet sich durch seinen einzigartigen Charme aus und bietet unvergleichlichen Komfort, atemberaubende Naturschönheiten und erstklassigen Service. Von entspanntem Strandurlaub bis hin zu aufregenden Aktivitäten, Wellness und kulinarischen Genüssen – hier wird jeder Wunsch erfüllt.



LONG BEACH



SUGAR BEACH



LA PIROGUE



AMBRE



ILE AUX CERFS
GOLF CLUB

Warum Sunlife Hotels?

Erstklassige Unterkünfte: Luxuriöse Zimmer & Suiten mit modernem Komfort und spektakulären Ausblicken

Vielfältige Erlebnisse: Von Wassersport & Wellness bis hin zu kulinarischen Entdeckungen – für jeden etwas dabei

Traumhafte Natur: Paradiesische Strände & atemberaubende Landschaften schaffen unvergessliche Momente

Hervorragender Service: Herzliche Gastfreundschaft & aufmerksamer Service

Unlimited Golf: Kostenfreie Greenfees auf bis zu drei Championship Golfplätzen inklusive Transfers

Bieten Sie Ihren Kunden einen unvergesslichen Urlaub in den Sunlife Hotels auf Mauritius. Kontaktieren Sie uns für weitere Informationen sowie aktuelle Angebote und lassen Sie uns gemeinsam den perfekten Traumurlaub planen.

"Pay less stay more" – Angebot

20% Rabatt auf das Zimmer und die gebuchte Verpflegung für Aufenthalte vom 01.11.2024 bis 31.10.2025*

*buchbar über alle gängigen Reiseveranstalter

Tel.: 069 920 34 76 0 • E-Mail: info.de@yoursunlife.com • Web: www.yoursunlife.com

#TOLERANZ

Menschen, die in der Touristik arbeiten, sind in der Regel weltoffen, tolerant und wertschätzend. Aber eben nicht alle. Das ist aber auch in Ordnung so.

Auf der Jahrestagung von Schmetterling Reisen vor zwei Wochen hatte der DRV-Präsident Norbert Fiebig einen bemerkenswerten Auftritt ([hier zu sehen](#)): Am Ende seines Vortrags kritisierte er eine zunehmende Verrohung unserer Gesellschaft im Umgang miteinander und wies ausdrücklich auf aktuelle Posts und Kommentare in den Sozialen Medien hin, die er als beleidigend, überheblich und geschäftsschädigend bezeichnete. „Lassen Sie sich hier nicht schweigend vereinnahmen“, forderte er die Teilnehmer auf. „Zeigen Sie, dass hier nicht die Mehrheitsmeinung der Reisebüros vertreten wird!“ Die Reisewirtschaft steht für Freundlichkeit, Fairness, Wertschätzung und Toleranz. Lasst uns das Wir stärken“, so Fiebig. Ob der Diskurs in Deutschland tatsächlich verroht, lässt sich schwer sagen. Neu ist diese Diskussion nicht. Ich kann mich gut an einen Eklat eines jungen Abgeordneten 1984 im Bundestag erinnern, der den damaligen Bundes-

tags-vizepräsidenten Richard Stücklen mit den Worten begrüßte: „Mit Verlaub, Herr Präsident, Sie sind ein Arschloch!“ Der junge Abgeordnete Joschka Fischer wurde später Außenminister und Vizekanzler.

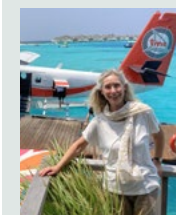
So darf und kann noch heute jeder für seine Meinung eintreten, ob sie un bequem, überheblich oder beleidigend ist. Das müssen wir eben aushalten können in einer freien Gesellschaft. Das bedeutet Toleranz üben.

Wir wünschen viel Spaß bei dieser Lektüre, bleiben Sie uns gewogen!



JEAN-MARC GÖTTERT
genießt die Abgeschiedenheit der Simien-Berge in Nord-Äthiopien.

TRVL Counter in der Welt unterwegs



Reif für die Insel
Zugegeben, eine Recherchereise auf die Malediven ist kein schlechtes Angebot. Reporterin Simone Spohr landete sicher auf Finolhu. Ihr Bericht über die neuen Pläne der Seaside Collection. **S. 54**



Karibikfan geworden
Alexandre Jouravel begleitete eine Reisebüro-Inforeise nach Barbados und kam ganz begeistert vom Lebensgefühl der „Bajans“ zurück. Was die Reisebüros erlebten und zu sehen bekamen auf **S. 64**



Bei den Métis zu Besuch
Reporterin Iris Quirin war auf der Reisemesse Rendez-vous Canada in Edmonton, Alberta. Auf der Vortour im Norden traf sie Vertreter der Métis Nation. Ihr Bericht zur Reisemesse auf **S. 50**

INHALT

JUNI 2024

38

Unter Segeln

Eine Kreuzfahrt auf einem Viermaster in der Karibik gilt selbst unter Kreuzfahrt-Fans als etwas Besonderes. Zehn erlebnisreiche Tage an Bord der Star Clipper.

Titelfoto: Star Clippers

MENSCHEN UND MACHER IN DIESER AUSGABE



DIRK INGER

Der in der Branche geschätzte Medienprofi führte zehn Jahre lang die DRV-Geschäftsstelle in Berlin. Jetzt startet der Chef-Lobbyist der Branche bei AIDA Cruises neu durch. Zehn Fragen, zehn Antworten – ein Rückblick. **Seite 10**



ANDRÉ REPSCHINSKI

Der Chef der TLT Urlaubsreisen ist nicht nur bei seinen Vertriebspartnern beliebt, sondern macht auch dem Mutterkonzern TUI Freude mit guten Ergebnissen. Ein Bericht über die Jahrestagung. **Seite 20**



ILONA HENSEL

Ilona und Volker Hensel wagten das Abenteuer: Sie haben ihr Hobby zum Beruf gemacht und gründeten Geotoura. Die Heidelberger Reisemanufaktur hat sich auf nachhaltige Individualrundreisen spezialisiert. **Seite 76**



BARBADOS

Sie ist die östlichste Karibikinsel der Kleinen Antillen. TRVL Counter hat eine Gruppe von zwölf Reiseprofis und die Europa-Vertreterin Mieke Bozic vor Ort begleitet. **Seite 64**



ANDRÉS WILDE FAHRT

Die Türkische Ägäis war das Ziel für rund 300 mobile Reiseberaterinnen und -berater von TLT Urlaubsreisen, die zu ihrer Jahrestagung zusammengekommen waren. **Seite 20**



SCHATZKISTE MONTENEGRO

Imposante Berge, tiefblaues Meer, dazu malerische Altstädte und viele kulinarische Highlights: Das kleine Land hat Großes zu bieten. **Seite 70**



HANSEATISCHE INSELPARADIESE

Der Hamburger Hotelier Gregor Gerlach expandiert in den Malediven. Nach dem Fünf-Sterne-Resort Finolhu entsteht Ende 2024 eine neue Ultraluxus-Anlage. TRVL Counter war vor Ort. **Seite 54**



COUNTER

- 08 Der deutsche Reisemarkt 2023
- 10 In Hamburg sagt man Tschüss. Dirk Inger verlässt den DRV
- 14 News und Meldungen
- 20 Andrés wilde Fahrt
Jahrestagung der TLT Urlaubsreisen in Sarigerme, Türkei
- 26 Das schlichte Schöne
Das Fairfield by Marriott öffnet erstmals in Europa

KREUZFAHRT

- 32 News und Meldungen
- 36 Der Kreuzfahrtmarkt in Zahlen
- 38 **Titelstory: Unter Segeln**
An Bord des Viermasters »Star Clipper« in der Karibik
- 44 News und Meldungen

TRAVEL

- 48 News und Meldungen
- 50 „Superbowl des Tourismus“
Kurzbericht von der Reisemesse Rendez-vous Canada 2024
- 52 Der Veranstaltermarkt in Zahlen
- 54 Hanseatische Inselparadiese
Die Hoteliersfamilie Gerlach expandiert in den Malediven
- 62 „Finesse statt Prunk“
Ein Gespräch mit Hotelier Gregor Gerlach über Ultraluxus
- 64 Paradies gefunden
Info-Reisen nach Barbados
- 70 Zwischen Bergen und Meer
Montenegro lockt mit Vielfalt

WEITERDENKER

- 76 Die Reisemanufaktur
Wie Geotoura 2006 mit Reisen nach Andalusien begann und heute nachhaltige Individualrundreisen in Europa anbietet

STANDARDS

- 03 **Inside:** Grußwort der Redaktion
- 06 **Check-in:** Skeleton-Coast
- 30 **Stopover:** Bunte Überraschung bei Tafraoute in Marokko
- 81 **Impressum**
- 82 **Discover:** Souvenirs der Redaktion

CHECK-IN

Skeleton Coast, Namibia, ...

... GILT ALS GRÖSSTER SCHIFFSFRIEDHOF DER WELT.

Das Foto zeigt das für die Nacht errichtete Camp hinter dem Hoanib Valley. Die Landcruiser gehören dem Spezialveranstalter Special Adventure aus Dockweiler.

Die Skelettküste ist Teil der Namib und erstreckt sich von Swakopmund bis zum Kunene, dem Grenzfluss zu Angola. Sie zeichnet sich durch ihre unwirtliche Küstenlandschaft aus. Kilometerlange, sandige Ebenen und Salzpflanzen erlauben nur den am besten an diese lebensfeindlichen Bedingungen angepassten Tieren und Pflanzen das Überleben.

In den Sommermonaten kommt es zu Temperaturen bis über 40 Grad. Der aus der Antarktis kommende, kalte Benguelastrom bringt kühle Luft mit sich, wodurch vor der Küste

Nebelfelder entstehen. Vermutlich erhielt die Skelettküste ihren Namen durch die vielen gestrandeten Wale, deren Gerippe an der Küste liegen. Die im äußersten Nordwesten siedelnden Ovahimba benutzen die Knochen der Wale für den Bau ihrer Hütten.

Auch unzählige Schiffe sind an der Skelettküste durch dichten Nebel und heftigen Seegang, unberechenbare Strömungen und stürmische Winde gestrandet.

Die Schiffbrüchigen sind dann meist beim Versuch, dieser lebensfeindlichen Gegend zu entkommen, verdurstet und verhungert. ⚓

→ <https://special-adventure.de/seven-continents-seven-times->



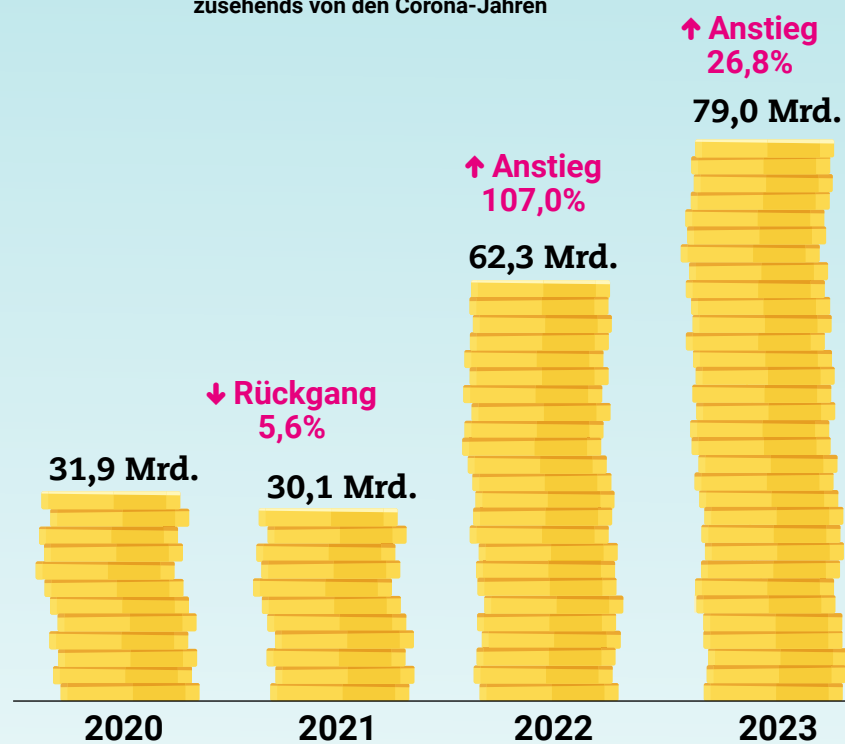
Der Weg zur Normalität

Mit der Pandemie brachen die Reiseausgaben massiv ein. Zwei schwierige Jahre für die Reisewirtschaft folgten. 2022 setzte dann die Erholung ein, noch mit zahlreichen Einschränkungen im Reiseverkehr.

Sechs Monate nach Beginn der Pandemie veröffentlichte der DRV Ende Oktober 2020 dramatische Zahlen zum Zustand der Branche. „Die wirtschaftliche Situation der deutschen Reisewirtschaft verschlechtert sich aufgrund der Coronakrise dramatisch“, hieß es. „Die Verluste häufen sich von Monat zu Monat, und damit stehen Hunderttausende Arbeitsplätze in Deutschland auf dem Spiel.“ Der Verband rechnete vor, dass bis zum Jahresende 2020 mit einem Umsatzeinbruch von über 28 Milliarden Euro bei Reiseveranstaltern und Reisebüros zu rechnen sei. Das entsprach einem Umsatzrückgang von rund 80 Prozent. 2022 setzte dann die Erholung ein. 2023 ist die erste Reisesaison seit Corona, die wieder deutlich über den Werten der Vor-Pandemiezeit abschließt. Um rund 27 Prozent stiegen die Reiseausgaben – auf einen neuen Rekordwert von 79 Milliarden Euro. Reisebüros und Veranstalter haben dabei von der guten Nachfrage nach Pauschalreisen profitiert. ⚓

REISEAUSGABEN STEIGEN WIEDER

Der Urlaubsreisemarkt erholt sich zusehends von den Corona-Jahren



Quellen: GfK Mobilitätsmonitor // Angaben in Euro

Illustrationen: iStock, TRVL Counter

Der Reisemarkt 2023 in Zahlen

Insgesamt verreisen gut 77 Prozent der Deutschen, eine besonders hohe Zahl. Gerne verbringen wir den Urlaub im Ausland: Flugpauschalreisen ans Mittelmeer und zu den Sonnenzielen auf der Mittel- und Fernstrecke waren – neben den Kreuzfahrten – die Renner bei Veranstalterreisen.

Der Rückblick auf das Jahr 2023 zeigt eindrucksvoll: Die Ausgaben für Reisen und Urlaub sind auf Rekordhöhe, und fast die Hälfte des Umsatzes entfällt auf Pauschalrei-

sen. Die Reiseausgaben (vorab gebuchte Leistungen) steigen um 27 Prozent und liegen bei 79 Milliarden Euro. Im Vergleich zum Vor-Corona-Rekordjahr 2019 eine

Steigerung um 14 Prozent. Der Anteil der Veranstalterreisen beträgt etwas über 47 Prozent. Und: Über 50 Prozent der organisierten Reisen verkaufen die Reisebüros. ⚓

65 Mio.

Urlaubsreisen ab fünf Tagen Dauer (Vorjahr: 67,1 Mio.)



über 50% der Veranstalterreisen buchen die Deutschen im Reisebüro

2.300 Reiseveranstalter gibt es aktuell in Deutschland

54,6 Mio.

Reisende machen Urlaubsreisen ab fünf Tagen Dauer (Vorjahr: 52,9 Mio.)



1,2 Reisehäufigkeit (durchschnittl. Anzahl der Reisen pro Reisendem)

77,1%

REISE-INTENSITÄT (Anteil der Bevölkerung, der reist)



2,9 Mio.

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



487,9 Mio. Übernachtungen gab es in Deutschland (+ 8,1 Prozent)

ca. 22 Prozent

der Reisen fanden 2023 in Deutschland statt.



Quellen: DRV-Vertriebsdatenbank, Bundesverband der Deutschen Tourismuswirtschaft, Statistisches Bundesamt, Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen Reiseanalyse 2024

D

Die einen gehen mit dem Säbel vor, die anderen bevorzugen eher eine Kettensäge, um ihre Interessen durchzusetzen und sich Gehör zu verschaffen. Dirk Inger greift lieber zum Florett, leicht und zielsicher. Ohnehin konnte man den ehemaligen DRV-Hauptgeschäftsführer leicht unterschätzen: Höflich, äußerlich ein freundliches, rundes Gesicht mit einem verschmitzten Lächeln. Inger sieht aus wie ein Ministerialbeamter, aber der Rheinländer ist knallhart, ein glänzender Taktiker, gleichzeitig flexibel und wortgewandt. Eben ein Florett.

„Eine gewisse Robustheit“

Für den Deutschen Reiseverband war Inger ein Glücksfall, ein Medienprofi, der seine Sporen in den endlosen Gängen des WDR in Köln verdient hatte. Seine politische Erfahrung kam später dazu, unter anderem als Leiter Kommunikation des Bundesverkehrsministeriums. Eine gewisse „Robustheit“ hatte er sich damals angeeignet, was nachher in der DRV-Geschäftsstelle schon an der einen und anderen Stelle vonnöten war. „Die Aufgabe des Hauptgeschäftsführers ist, der Major Domus in der Geschäftsstelle zu sein“, erklärt er bescheiden. „Er muss dafür sorgen, dass die Themen laufen, dass die Ausschüsse ordentlich arbeiten, dass die Maschine unter Dampf ist und gut funktioniert. Es ist nicht die Aufgabe des Hauptgeschäftsführers, auf der Bühne zu stehen.“ Mit DRV-Präsidenten Norbert Fiebig kam Inger auch auf der Bühne gut zu recht. „Fiebig repräsentiert den Verband nach außen, Inger zieht die Fäden im Hintergrund“, hieß es oft in der Branche. Das Duo harmonierte, der Verband konnte viele Forderungen in Berlin und Brüssel durchsetzen. „Am Ende geht es nicht darum, wer mit Lautstärke am meisten Aufsehen erregt“, sagt Inger. „Es geht um die Qualität der Argumente und darum, wer was politisch durchsetzt.“ →

IN HAMBURG SAGT MAN TSCHÜSS

Dirk Inger bricht zu neuen Ufern auf und wechselt zum 1. Juni als Senior Vice President Public Affairs, Communication & Sustainability zu AIDA Cruises. Dort wird er die politische Interessensvertretung wahrnehmen.

HAUPTSTADTKONGRESS

BLUES BROTHERS: Die Zusammenarbeit mit „El Presidente“ Norbert Fiebig harmonierte nicht nur auf der Bühne.



GUT GELAUNTES DRV-TEAM IN BERLIN: Die große Social-Media-Kampagne lief im Vorfeld der ITB.



REISEBÜROTAG 2019: Da war die Welt in Ordnung – In Düsseldorf spricht Inger mit Azubi Charlotte Stöttner (damals IVR Reisebüro, Ibbenbüren).



JAHRESTAGUNG 2020: Die Jahre der globalen Pandemie mit Maske und Abstand.



IM GESPRÄCH: Professor Alexander Kekulé warf einen Blick auf die Corona-Pandemie und die Auswirkungen auf die Branche.



WORTGEWANDT: Auf Tagungen wie auf dem Podium wägte Inger seine Worte stets sorgfältig ab und war auch ein guter Zuhörer.



GEBURTSTAG IN MAROKKO: Mit etwas Hilfe gingen auch alle Kerzen aus.

Alle Fotos: Marcel Kautz für DRV

1. Ich glaube, dass die Frage, warum es so viele Verbände gibt, nicht die entscheidende ist, sondern die Frage, ob diese Verbände unterschiedliche oder ähnliche Interessen vertreten. Mit Kompromissbereitschaft lässt sich gemeinsam viel bewegen.

2. Was ich am meisten bedaure, ist, dass es nicht gelungen ist, mit den Airlines in Sachen Distribution Cost Charge auf einen fairen Weg zu kommen. „Strafgebühren“, wenn GDS-Systeme genutzt werden, ist nicht ok.

3. Politische Entscheidungen werden nicht in den Sozialen Medien oder in Kommentarspalten getroffen.

4. Am Ende geht es nicht darum, wer mit der lautesten, härtesten, vielleicht sogar rüpelhaftesten Formulierung am meisten Aufsehen erregt, sondern wer was politisch durchsetzt.

5. Wir sind gut beraten, den jungen Menschen zuzuhören, sich bei ihnen auch was abzuschauen und nicht vom Zweiten Weltkrieg zu erzählen, wie Opa das bei uns so gemacht hat.

6. In Usbekistan war ich vor ungefähr einem Jahr. Diese Vielfalt, diese berstende Lebensfreude und diese fantastische Kultur zu sehen, die noch nicht von einer größeren Reisewelle beeinflusst ist, das hat mir unglaublich gut gefallen.

SAGEN SIE MAL, HERR INGER?

Zehn Jahre hat sich Dirk Inger als DRV-Hauptgeschäftsführer für die Belange der Reisebranche in Berlin und Brüssel eingesetzt. Bonmots aus einer bewegten Zeit.



8. Ich würde sagen, ich habe mich wenig geändert. Könnte aber auch Otto Schily zitieren, einen meiner früheren Dienstherren, der immer gesagt hat: „Nur ein Idiot ändert sich nicht.“

9. Sie können nicht den Leuten die ganze Zeit erzählen, sie sind irgendwie dran, und es wird schon werden, und dann kommt nichts dabei raus. Am Ende werden wir auch im Verband an Ergebnissen gemessen. Entweder Sie haben das hingekriegt, oder Sie haben das nicht hingekriegt.

7. Wir haben uns im DRV manchmal gerauft und gestritten - waren aber immer sehr fair miteinander und haben die Dinge vorangebracht. Da gibt es einen „common spirit“, der das gesamte Team in Berlin eint und den Verband trägt.

10. „Glück ist, wenn mir niemand auf die Nerven geht!“ - frei nach Klaus Kinski.

PS Ich heiße „Inger“, wie Inge mit „r“!



Jahrestagung 2018: Immer wieder mobilisiert der DRV die Branche. Die politische Interessensvertretung in Berlin wird zunehmend wichtig.



Jahrestagung 2019: Kleiner Gag am Rande. Inger nimmt gerne ein Foto des Publikums für Social Media auf.



Sommerfest 2019: Für eine Runde Kickern ist Inger immer zu haben.



DER NEUE:

Achim Wehrmann (55), tritt zum 1. Juni 2024 die Nachfolge von Dirk Inger an. Der Sozialwissenschaftler und Historiker hat zuletzt die Stabstelle „Krisen und Sicherheit“ im Bundesministerium für Digitales und Verkehr (BMDV) geleitet. Davor führte der gebürtige Westfale seit Ende 2008 die Unterabteilung Schifffahrt.

Alle Fotos: Marcel Keutz für DRV



»Die Futouris Wissenswelt soll ein zentraler Ort sein, an dem Unternehmen und ihre Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen Informationen und Ressourcen finden, um nachhaltigen Tourismus zu unterstützen.«

Swantje Lehnert, Geschäftsführerin Projekte und Kooperationen bei Futouris

SCHAUINSLAND-REISEN

Viele Neuheiten und exklusive Produkte

Schauinsland-Reisen hat die Winterkatalogen „Kanaren/Madeira“, „Ägypten/Tunesien/Türkei“ und „Fernreisen“ herausgebracht. Darüber hinaus erscheint in Kürze ein Zusatzkatalog speziell für junge Reisende, den die Schauinsland-Azubis konzipiert haben. Für den Winter bietet der Veranstalter ein breit aufgestelltes Portfolio mit vielen Neuheiten. Erstmals im Kanaren-Katalog aufgeführt ist das Fergus Cactus Garden in Jandia auf Fuerteventura, in dem die Deluxe-Doppelzimmer mit seitlichem



Meerblick künftig als „Schauinsland-Reisen-Original“ buchbar sind. Dasselbe gilt für die Bungalows

Superior im Bungalows La Villa auf La Palma. An der Ostspitze von Madeira ist das Dreams Madeira Resort Spa & Marina im Sortiment, das im Oktober öffnet. In Ägypten gibt es im Pickalbatros Jungle Aqua Park Resort in Hurghada neue Superior-Bungalows, die exklusiv für Schauinsland-Gäste gestaltet wurden. Auf der Fernstrecke stehen ab dem kommenden Winter spezielle Hotel-Kombinationen zur Wahl. Unter anderem können Hotels auf Sri Lanka und den Malediven individuell kombiniert werden.



FAIRWEG-SCORE

NEUES PUNKTE-SYSTEM

Fairweg hat die Darstellung des Fairweg-Scores weiterentwickelt. Dadurch soll die nachhaltige Ausrichtung von Unterkünften für die Kunden sowohl im B2C- als auch im B2B-Bereich besser sichtbar und vergleichbar werden. Ab sofort ersetzt eine auf dem 100-Punkte-System basierende Skala das bisherige 5-Punkte-System. Unterkünfte werden jetzt erst ab einem Wert von 75 Punkten mit einem Fairweg-Score ausgezeichnet. Die bestehende Einordnung in die Stufen Starter, Bronze, Silber, Gold und Platin bleibt erhalten.

QTA REISESOMMER

ANMELDEN FÜR DEN REISESOMMER

Die QTA hat jetzt die Anmeldung für den „Reisesommer“ freigegeben. Der Branchentreff findet am 2. November in Mainz statt und dient als Auftakt und Einstimmung auf die neue Saison. Unter dem Motto „Neues Tourismusjahr, Trends 2025“ sollen wichtige Themen der Branche praxisnah beleuchtet werden. Von KI-Lösungen über Nachhaltigkeitsinitiativen bis hin zu Masterclasses und Expertenpanels soll die Veranstaltung eine Plattform für Wissenstransfer und Networking bieten. Die Veranstaltung bietet auf drei

Bühnen ein abwechslungsreiches Programm. Die Main Stage gibt Einblicke in die Zukunft der Reisebranche sowie auf Karriere- und Aufstiegsmöglichkeiten für Frauen in der Tourismusbranche. In der Bar 45 werden Best Practices und Verkaufstipps präsentiert, und der Young Corner bietet aufstrebenden Talenten Raum für Austausch und Networking. Eine Party mit einem Live-Top-Act rundet den Tag ab.

→ www.qta-reisesommer.com

Foto: iStock // Schauinslands-Reisen // Futouris



PACK DIE KOFFER UND STARTE MIT UNS DURCH!

Wir sind die Geschichtenerzähler, Traumurlaubsmöglichmacher und Herzenswunschverwirklicher. Unser Herz schlägt für das Reisen, und unsere Seele brennt für die Gestaltung einmaliger Reiseerlebnisse.

Wir sind mehr als ein Reiseveranstalter mit Sitz in Düsseldorf - Wir sind Coral Touristik! Bewirb Dich jetzt!

Unter anderem Suchen wir:

- Regionalleiter Vertrieb (Ost/Nord/West)
- Sachbearbeiter Gruppenreisen
- Product Assistant
- Sachbearbeiter Kundenbetreuung

und mehr...Scanne dazu einfach den QR-Code oder geh direkt auf www.ferien-touristik.de/karriere



Coral Touristik GmbH
 Emanuel-Leutze-Straße 8
 40547 Düsseldorf

Personalabteilung Kay Tiedje:
tiedje@ferien-touristik.de
ferien-touristik.de/karriere

Coral Travel Group



FTI STARTET ROADSHOW-OFFENSIVE

Von Juli bis Ende November stellt FTI bei insgesamt neun Roadshows den Reisebüros Neuigkeiten und Reise-Highlights vor. Dabei informiert der Veranstalter unter anderem über Destinationen im Indischen Ozean, in Asien und in Nordamerika. Auch Winterziele für die Saison 2024/25 und die ersten Destinationen für den Folgesommer werden präsentiert. Den Anfang macht ab dem 1. Juli das Thema „Camper Bike & Cars“ in Leipzig, Kassel, Dortmund, Köln und Mannheim. Dabei gibt es Camper, Wohnmobile,

Bikes und Luxury Cars zum Anfassen. Vom 8. bis zum 19. Juli stellt FTI den Winter 2024/25 in zehn Städten vor, darunter Leipzig, Nürnberg, Köln, Mainz und Hamburg. Im August widmen sich zwei Roadshows den Themen „Indischer Ozean“ und „Karibik & Lateinamerika“. Den Sommer 2025 präsentiert FTI vom 4. bis zum 22. November in 15 Städten. Dazu gehören Stuttgart, München, Berlin, Dresden, Wolfsburg, Münster, Koblenz und Karlsruhe. [Infos und Anmeldeformulare gibt es hier](#)

70
Sonderflüge ...
... mit mehr als 13.000 zusätzlichen Sitzen von europäischen Flughäfen wird Eurowings mit der Fußball-Europameisterschaft ab Juni anbieten – insbesondere von und nach Großbritannien und Österreich. Zu den Endspielen kann sich die Zahl sogar noch erhöhen.

AMEROPA European Sleeper

In einer Hauptstadt einschlafen und in einer anderen aufwachen – für Gäste von Ameropa ist das jetzt bequem möglich. Der Bahnreisen-Spezialist hat den European Sleeper neu ins Programm genommen und bietet mit dem Nachtzug, der zwischen Prag und Brüssel verkehrt, fünf- oder sechstägige Touren

ab Dresden und Berlin an. Im Reisepaket sind zwei Übernachtungen im European Sleeper in einem Schlafabteil mit Bett enthalten sowie zwei oder drei Nächte in einem zentral gelegenen Drei- oder Vier-Sterne Hotel mit Frühstück in Amsterdam oder Brüssel. [→ https://www.ameropa.de/](https://www.ameropa.de/)

Fotos: iStock // Turkish Airlines

TK-CONNECT FÜR DEN VERTRIEB Turkish Airlines führt NDC-Plattform ein

Der Carrier führt zum 1. Oktober die NDC-Plattform „TK Connect“ ein. Der Plattform soll die Reisebüros mit exklusiven Dienstleistungen und unterschiedlichen Angeboten versorgen.

Reisebüros, die keine TK Connect-Partner sind, können weiterhin auf die bestehenden Inhalte von Turkish Airlines über die GDS zugreifen. Ab Oktober wird für GDS-Buchungen jedoch eine zusätzliche Gebühr erhoben, und die exklusiven Inhalte (Rich-Content-Produkte) werden nur noch für TK Connect-Nutzer verfügbar sein. Dazu gehören NDC-Promotiontarife und verbesserte Zusatzleistungen wie Übergepäck, Sitzplatzauswahl und



Sonderausstattung. TK connect wird in drei Varianten angeboten. Die erste bietet direkten Zugriff auf Tarife, Inventar und Zusatzleistungen von Turkish Airlines über IATA-zertifizierte NDC-APIs. Bei der zweiten Variante werden die Produkte und Services der Airline durch Technologiepartner integriert, die

bei der IATA registriert und von Turkish Airlines zertifiziert sind. Dritte Variante ist ein webbasiertes Buchungsportal, das die Buchung, das Ticketing und die Nachbearbeitung von Buchungen ermöglicht.

[Weitere Infos gibt es hier](#)

Anzeige

Folgen Sie uns auf Social Media

Verbinden Sie sich mit uns über Ihre Social-Media-Kanäle, um auf dem neuesten Stand zu bleiben.



FOLLOW US



TRVL COUNTER
WIR SEHEN REISEN MIT ANDEREN AUGEN



Die Celebrity Edge hat von Seattle aus ihre erste Kreuzfahrt nach Alaska angetreten.

INTERVIEW

„Reiseberater im Fokus“

Claire Stirrup verantwortet seit Februar als Senior Sales Director den deutschsprachigen Markt. TRVL Counter sprach mit ihr über die Handelspartner hierzulande, über Schulungen und was die Partner sich noch wünschen.

Text Jean-Marc Göttert

Als Sie im Februar Ihre neue Position bei Celebrity Cruises übernommen und sich den deutschen Markt angeschaut haben, welche Unterschiede stellen Sie zum amerikanischen und britischen Markt fest?

Ich denke, es gibt zunächst viele Gemeinsamkeiten, auf denen wir aufbauen können. Wir wissen, dass es in Deutschland viele unterschiedliche Handelspartner gibt, und sie stehen alle im Mittelpunkt unseres Handelns. Ein wichtiger Teil meiner Arbeit und der meines Teams besteht darin, herauszufinden, was genau die deutschen Reiseberater von uns erwarten und wie wir sie unterstützen können.

Und was sagen sie?

Sie sind sehr interessiert und wollen alle Informationen und Werkzeuge, die sie bei ihrer Arbeit unterstützen. Sie wollen, dass Schulungen so einfach wie möglich sind und in kurzen, prägnanten Einheiten stattfinden. Deshalb haben wir „mundgerechte“ Module zu allem entwickelt, von unseren Schiffen bis zu den Reisezielen, so dass sie schnell einsteigen können

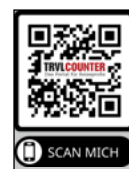
und unsere Produkte gut kennenlernen und ihren Kunden erklären und sie besser beraten können.

Wie sind diese Module aufgebaut?

Die Schulungen sind eine Kombination aus personalisierten, interaktiven Webinaren mit Videos und Quizfragen, weil wir die Einheiten so fesselnd wie möglich gestalten wollen. Zusätzlich haben wir die Website „Celebrity Central“ ins Leben gerufen, unser Portal für den gesamten Handel in Großbritannien und einige unserer europäischen Märkte, darunter auch Deutschland und in deutscher

CLAIRE STIRRUP

Die erfahrene Touristikerin verantwortet als Senior Sales Director EMEA bei Celebrity Cruises den Vertrieb der deutschsprachigen Märkte sowie Großbritannien und Irland.



TRVL Counter TV:
Das Kurzinterview
als Video hier zum
anschauen.

Sprache. Dort können Reiseberater die gesamte Buchung einschließlich individueller Wünsche vornehmen, etwa, wenn Kunden Business Class fliegen oder ein paar Tage früher anreisen möchten.

Auf der einen Seite werden die Schiffe wie die Celebrity Edge-Klasse immer größer, auf der anderen Seite bevorzugen viele Kreuzfahrtgäste kleine, luxuriöse Boutique-Schiffe. Was glauben Sie, in welche Richtung wird sich die Kreuzfahrt entwickeln?

Es stimmt nicht, dass Größe und Luxus nicht zusammenpassen. Dazu muss man sich nur einige der großen Luxushotelketten anschauen. Unsere Schiffe der Edge-Klasse wie die im November 2025 auf den Markt kommende Celebrity XCel verfügen alle über Retreats mit geräumigen Suiten und eigenen Bereichen mit Pools, Restaurant, Bar und Sonnendeck. Diese abgetrennten „Rückzugsorte“ sind quasi ein Schiff im Schiff.

Danke fürs Gespräch! 🙏

➔ <https://www.celebritycentral.de>



Lufthansa City Center

Nachhaltig reisen

Wir zeigen, was wir in 15 Jahren geschafft haben – und was Urlaubs- und Geschäftsreisende selbst machen können.



Jetzt lesen

Ihr Reisebüro.
Weltweit.



JAHRES- TAGUNG 2024:

Unter dem Motto „Stronger. Together“ trafen sich Ende April rund 300 mobile Reiseberaterinnen und Berater sowie Partner in Sarigerme, Türkei.



HERZLICHER EMPFANG: TLTU-Chef André Repschinski und sein Team begrüßen die Teilnehmer am Eingang des TUI Blue Sarigerme Park.

FAST WIE EIN KLASSENTREFFEN:

Viele Teilnehmer kennen sich gut, umso herzlicher fällt das Wiedersehen aus (links).

WELCOME-DRINK: Claudia und Gaby Ruppert (links unten) freuen sich wie alle anderen Teilnehmer auf das Wiedersehen.



Auf mein Team und vor allem auf die knapp 700 Beraterinnen und Berater in unserer Organisation bin ich sehr stolz“, sagte André Repschinski, Geschäftsführer von TLT Urlaubsreisen bei seiner Eröffnungsrede auf der Jahrestagung in Sarigerme. „Hinter uns liegt das beste Geschäftsjahr in der TLTU-Unternehmensgeschichte. Diesen riesigen Erfolg wollen wir gemeinsam feiern und als Schwung mit in den Sommer nehmen. Die hohe Resonanz dieser Jahrestagung zeigt unsere Rolle in der Branche. Wir sind die Nummer eins im mobilen Reisevertrieb und wollen weiter wachsen“, sagte er stolz.

Knapp die Hälfte, also rund 300 mobile Reiseberater von TLT Urlaubsreisen, waren an die türkische Ägäis gereist. Die Jahrestagung im TUI Blue Sarigerme Park stand unter dem Motto »Stronger.Together« und hielt für die Teilnehmer mehrere Schwerpunktthemen bereit. Eines war die noch engere Partnerschaft zwischen TLTU und TUI. Dafür war TUI-Vertriebschef Peter

Wittmann eigens angereist und gab sich sichtlich zufrieden mit den aktuellen Umsatzzahlen: „Wir sind in allen Vertriebskanälen und mit allen Reisebüro-Vertriebskanälen zufrieden. Allerdings geben die Mobilen schon richtig Gas und sind sehr erfolgreich unterwegs. Sie sind in der Steigerung derzeit doppelt so schnell oder doppelt so stark wie die üblichen Reisebüros“, verriet Wittman.

Um den guten Schwung der TLTU auszubauen, kündigte Wittmann ein „TLTUpgrade“ an, eine dritte Provisionskomponente neben der Grundprovision und den TUI Stars-Incentives. „Mobile Reiseberaterinnen und -berater können mit dem TLTUpgrade ein zusätzliches Incentive für definierte TUI-Umsatzanteile einsteichen“, erläutert Geschäftsführer André Repschinski. Die deutliche Verbesserung der Konditionen sei auch ein Zeichen an die Branche: „Die TLTU bietet die besten Konditionen im mobilen Reisevertrieb“, sagt er selbstbewusst. Zusätzlich erhalten die umsatzstärksten Reisebüros eine eigene Hotline in das Service-

Andrés wilde Fahrt

Die türkische Ägäis war Ende April das Ziel für rund 300 mobile Reiseberaterinnen und -berater von TLT Urlaubsreisen, die zu ihrer Jahrestagung im TUI Blue Sarigerme Park zusammengekommen waren.

Text Jean-Marc Göttert



André Repschinski

„Ich bin überwältigt, und ich bin gerade total geflashed von unserem tollen Abschlussplenum – es ist wahnsinnig, es ist outstanding! Das ist meine dritte Jahrestagung. Aber das ist der Wahnsinn.“



TRVL Counter TV:
Mehr über die
Jahrestagung im
Kurzvideo mit
[TLTU-Chef André Repschinski](#)



TÜRKISCHER ABEND:
Elegant gekleidet und in bester Laune trafen sich die Teilnehmer am Strandrestaurant Purple Turtle.



Christos Tassakos, Sales Director DACH für das Luxusresort Daios Cove



Das Orga-Team hatte alles perfekt organisiert und im Smartphone alles griffbereit



MITTAGSPAUSE: Zwischen den vielen Vorträgen und Präsentationen gab es mittags schmackhafte Gerichte vom Grill.



GALA-ABEND: Zum Abschluss fand im frisch renovierten TUI Blue Seno ein festlicher Abend mit eleganter Abendgarderobe statt.

Center der TUI. Erst kürzlich haben TLTU und Robinson zudem den „TOP-Partner-Club“ vorgestellt, in dem die 30 besten Berater eine eigene Betreuung über die regionalen Sales Manager, Verkaufsförderungsaktionen und weitere Vorteile abrufen können.

Auch technisch geht es in großen Schritten voran: Mit einem neuen Intranet und einem Upgrade für das CRM-System will Repschinski die Partner unterstützen. Das Herzstück des neuen Intranets ist die TLTU-Community mit Wissensdatenbank und Möglichkeiten zum permanenten Live-Austausch mit anderen Beratern. Die neugeschaf-

fene TLTU-Lounge soll außerdem die Inhalte und Informationen aus der Zentrale in Hannover direkt in den mobilen Vertrieb bringen. ⚓

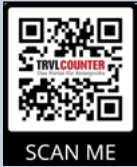
NÄCHSTE TAGUNG 2025

Im Jubiläumsjahr 2025 stechen die Reiseprofis auf der Jahrestagung mit der MeinSchiff 7 in See: Vom 7. bis zum 11. Mai 2025 geht es von Hamburg über Oslo und Kopenhagen nach Kiel. TLTU feiert 2025 seinen 20. Geburtstag und kündigt eine spezielle »Family & Friends Edition« an: Jeder darf eine Begleitperson mitnehmen, Kinder dürfen auf Anfrage mit.

Foto: TLTU // TRVL COUNTER



HEIMSPIEL: Für TUI-Vertriebschef Peter Wittmann (links) war die Tagung so etwas wie ein Heimspiel. „Hier entsteht tatsächlich jedes Mal ein mächtiger Aufbruchgeist“, sagt er.



TRVL Counter TV:
Hier geht es zum Kurzvideo mit Peter Wittmann

3 WICHTIGE HIGHLIGHTS

Auf der Jahrestagung gab es eine Menge Ankündigung von der TLTU. Die beiden wichtigsten Tools für die mobilen Berater und eine ebenso wichtige Botschaft von TLTU-Chef Repschinski.

MY-TLTU.DE STEHT IN DEN STARTLÖCHERN

Das neue Intranet bietet viel neue Funktionen zur Verkaufsunterstützung, etwa ein Touristik-Wikipedia, ein Veranstalter-Alpha-Bet und Schulungen. Lange ersehnt und endlich umgesetzt: Alle Inhalte werden auf My-TLTU.de auf einer Oberfläche vereint. Das Herzstück des neuen Portals ist die TLTU-Community mit Wissensdatenbank zur gegenseitigen Unterstützung und Möglichkeiten zum ständigen Live-Austausch mit anderen Beraterinnen und Beratern in ganz Deutschland. Die neu geschaffene TLTU-Lounge bringt außerdem die Inhalte und Informationen aus der Zentrale in Hannover direkt in die mobile Vertriebswelt, sodass Beraterinnen und Berater immer up to date sind. „My-TLTU ist im Prinzip der Überbegriff für eine Wissensdatenbank, in der wir Individualwissen teilen und Individualwissen zu Gemeinschaftswissen machen“, erklärte Repschinski. „Das gesamte Wissen der knapp 700 Reiseberaterinnen und Berater sollen jedem zur Verfügung stehen.“

JOYSTIK 2.0: TOOL ZUR KUNDENBINDUNG

Neben dem neuen Intranet erhält auch das neue CRM-System ein Upgrade und wird die Arbeit des mobilen Vertriebs weiter erleichtern. „JoyStik 2.0 ist das Alleskönner-Tool zur Verbesserung der Kundenbindung und bietet mittels Automation erstklassige Möglichkeiten im Marketing“, so Repschinski. „So lassen sich zum Beispiel Geburtstagsglückwünsche oder Vorfreude-Mails automatisch versenden und eigene Newsletter noch einfacher und individualisierter erstellen.“ Auch Marketingkampagnen der Veranstalter gelangen mittels JoyStik 2.0 viel einfacher zum Kunden. „Wir nutzen Künstliche Intelligenz und Technik, um persönliche Kontakte zu fördern und unseren Beraterinnen und Beratern zu ermöglichen, noch näher an ihrer Zielgruppe zu sein. Wir wandeln Individualwissen in Gemeinschaftswissen um. Das macht ein perfektes Team aus“, sagte der TLTU-Geschäftsführer.

MEHR UNBEKANNTES TERRAIN

„Veränderung ist die neue Konstante. Wir müssen darauf achten, keine Entwicklungen zu verpassen. Stillstand ist Rückschritt. Und so wie die Neuerungen und Fortschritte aktuell auf uns zukommen und unser Arbeiten wie auch die Ansprüche und das Verhalten der Kunden beeinflussen, kann man wohl nicht mehr von einer geruh-samen Reise sprechen, die wir jetzt erleben. Instagram, Twitter oder Amazon? Luxus oder Budget? Silver oder Surfer? Dynamic Pricing Bots, Künstliche Intelligenz, Omni-Channel – um nur einige ausgewählte Megatrends zu nennen, die unser aller Tun und das Tun unserer Kunden beeinflussen. Wir befinden uns also weniger auf einem schönen, erholsamen Trip, sondern vielmehr auf einer Expedition, die auch in unbekanntes Terrain führt und wo man nie so richtig sicher sein kann. Wo führt mich der Weg eigentlich hin? Was entdecken? Aber Expeditionen führt man nie alleine durch, sondern immer in einem Team. In einer Gemeinschaft, die dasselbe Ziel verfolgt. Wir sind im übertragene-n Sinne das Expeditionsteam.“

Weniger ist mehr

Mit einer höheren Positionierung wird Airtours, die Luxusmarke der TUI, zukünftig mehr Gäste im oberen Luxussegment ansprechen.

Bereits Anfang Dezember hatte Steffen Boehnke, Director Airtours, angekündigt, dass Airtours sein Profil für mehr Wachstum im höherwertigen Luxussegment schärfen wird. Der Luxusreisemarkt wachse überproportional, sagte Boehnke bei seiner Präsentation auf der Tagung.

Mit einer höheren Positionierung wird die Luxusmarke der TUI zukünftig mehr Gäste im oberen Luxussegment ansprechen. „An der Spitze des Luxusreisemarktes sehen wir kontinuierlich neue spannende Produkte, denen wir uns in Zukunft stärker widmen“, so Boehnke. „Wir werden eine noch größere Auswahl sorgfältig kuratierter Reiseangebote präsentieren.“ Hotels im Premiumsegment sind weiterhin über die Marke TUI buchbar, kündigte er an. Das bedeute, dass Marken wie Robinson,

TUI Blue und Riu Palace über Airtours nicht mehr buchbar sein werden. Im Gegenzug wird Airtours Anbieter im Fünf- und Sechs-Sterne-Segment wie Mandarin Oriental, Four Seasons und Ikos ins Portfolio aufnehmen. „Diese sind künftig nur noch über Airtours buchbar“, erläuterte Boehnke.

Die höhere Positionierung der Marke Airtours wird begleitet von zahlreichen verbesserten Services und neuen Leistungen. Die persönliche Airtours-Gästebetreuung vor Ort ist neben den digitalen Kontaktmöglichkeiten für Kundinnen und Kunden rund um die Uhr telefonisch erreichbar.

In Paketreisen ist die Bahnreise zum Abflughafen in der 1. Klasse ebenso enthalten wie der Privattransfer am Zielort. Neu ist ein Gepäck-Abhol-Service ab 15.000 Euro Reisepreis pro Buchung für die

Abflughäfen Berlin, Frankfurt am Main und München. Der Airtours Chauffeurservice ist ab 20.000 Euro Reisepreis bis 100 Kilometer inkludiert, weitere Kilometer können hinzugebucht werden. ⚓



MEHR LUXUS: Resorts wie die von Ikos oder von Mandarin Oriental werden jetzt bei Airtours buchbar sein.



BLICK NACH VORNE: Den Teilnehmern erläutert TUI Blue-CFO Jano Martin die Pläne für die kommenden zwei Jahre.

Die blaue Welle kommt

In Deutschland und seinen Nachbarländern will TUI Blue expandieren. Aber es geht auch im südlichen Afrika voran. Eine Luxusmarke kommt hinzu.

Die TUI Group plant, ihr profitables Hotelgeschäft in Subsahara-Afrika auszubauen. In den vergangenen Jahren war TUI Hotels & Resorts mit einem Portfolio von 76 Hotels besonders stark in Nordafrika vertreten, nun will die Gruppe im Süden des Kontinents weiter wachsen. Hinzu kommen sollen acht neue Hotels auf den Kapverden, in Gambia, Senegal, Tansania und Kenia. Darunter auch die Eröffnung einer neuen Marke für das gehobene Marktsegment: „The Mora Zanzibar“ wird diesen Sommer offiziell eröffnet und bietet entspannten, zeitgemäßen Luxus mit einem sehr individuellen und flexiblen Service, erklärt Jano Martin, CFO TUI Blue. „Mit unserer Vielfalt an Hotelmarken werden wir in Afrika neue Hotelenerlebnisse für unterschiedliche Zielgruppen schaffen – vom preisbewussten Urlaub in einem TUI Suneo Hotel

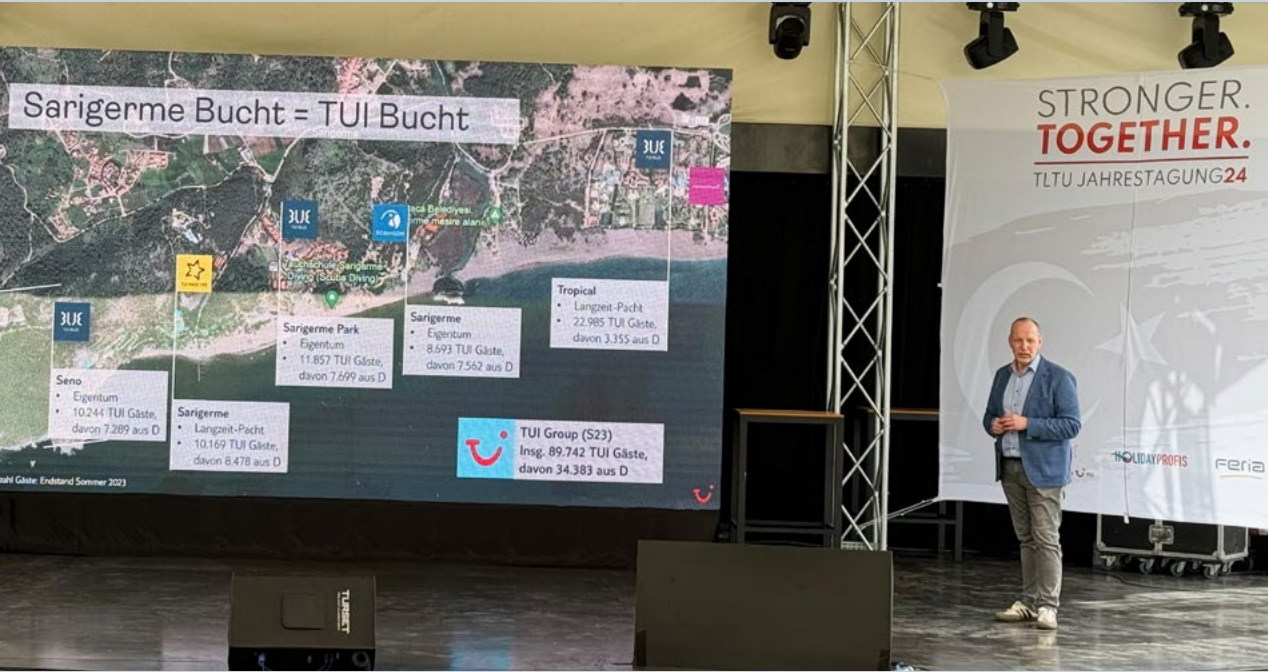
über unsere globale Marke TUI Blue bis hin zu einem neuen Luxus-Erlebnis mit The Mora“, erklärt Artur Gerber, Managing Director TUI Blue, im Vorfeld des East Africa Property Investment Forums.

Neben dem Start der neuen Marke The Mora ist ein weiteres TUI-Blue Projekt in Ostafrika geplant. In den kommenden Jahren soll in Kilifi County am Indischen Ozean ein Neubau mit 117 Zimmern entstehen. Das zukünftige TUI Blue Wata-mu ist das erste TUI-Blue Hotel in Kenia und wird von Sands of Darakasi Resorts Limited entwickelt. In Ostafrika liegt der Fokus insbesondere auf beliebten Destinationen wie Mauritius, Tansania und Kenia. Für alle drei Marken TUI Blue, TUI Suneo und The Mora zusammen stehen 17 Neueröffnungen an. „Wir suchen für unsere Marken Hotels ab 80 Zimmern, beim Franchise

sind wir aber auch etwas flexibler“, so CFO Jano Martin. Das aktuelle Portfolio von TUI Hotels & Resorts in Afrika umfasst insgesamt mehr als 100 Hotels mit über 30.000 Zimmern in sieben Ländern. ⚓



GROSSE PLÄNE: Jano Martin, CFO und Managing Director TUI Blue, treibt den Ausbau der Hotels voran.



DIE URSPRÜNGE: Airtours-Director Steffen Boehnke zeigt im Rückblick, wie einst TUI in Sarigeme anfang. Heute kommen rund 35.000 Gäste alleine aus Deutschland in die sogenannte „TUI-Bucht“.

Foto: TLTU // TRVL COUNTER // TUI Blue // Airtours // Ikos



PANELDISKUSSION: Moderatorin Mette Walsted Vestergaard, Mary Garris, Global Vice President of Classic Select Brands, Marriott International, Piotr Stempkowski, Senior Director Select Brands, Europe, Middle East & Africa, Marriott International, Kate Mooney, Founder OCCA Design Studio sowie Sanne Faergsted, Opening General Manager des Fairfield Copenhagen Nordhavn und Director of Operations, Core Hospitality (v.l.n.r.)

Das schlichte Schöne

Fairfield by Marriott, Teil des globalen Portfolios von Marriott Bonvoy mit über 30 Hotelmarken, debütiert in Europa im trendigen Stadtteil Nordhavn mitten in Kopenhagen mit schlichter Ästhetik und „Hygge“-Feeling.

Text Felicia Haslbeck

Der globale US-Hotelkonzern Marriott, weltweit mit über 30 Marken wie The Ritz-Carlton, Westin, Sheraton und Le Méridien vertreten, debütiert in Europa mit der kleinen, aber feinen Marke Fairfield in Kopenhagen. Fairfield by Marriott ist die zweitgrößte Marke innerhalb des Portfolios von Marriott Bonvoy mit weltweit über 1.290 Hotels und über 450 weiteren Häusern, darunter 17 Hotels, die in Europa und im Nahen Osten in den kommenden Jahren eröffnen sollen. „Die Eröffnung des Fairfield by Marriott Copenhagen Nordhavn als erstes Fairfield Hotel in Europa ist ein wichtiger Schritt für das strategische Wachstum der Marke und unser Upper-Midscale-

Portfolio“, sagt Sandra Schulze-Potgieter, Vice President, Premium & Select Brands, EMEA, zum Markteintritt.

Expansionspläne

Weitere Eröffnungen von Fairfield by Marriott in Europa sind in wichtigen Geschäfts- und Urlaubsdestinationen geplant, darunter das Fairfield by Marriott Warwick in Großbritannien mit 142 Zimmern in der Nähe des British Motor Museum, das Fairfield by Marriott Graz in Österreich mit 200 Zimmern im Herzen der Stadt sowie das Fairfield by Marriott Karlsruhe mit 165 Zimmern. Zukünftige Pläne umfassen auch Frankreich, die Niederlande, die Türkei, Italien, Polen und Spani-

en. Das Debüt im Nahen Osten wird für 2027 mit der Eröffnung der ersten beiden Häuser in Makkah, Saudi-Arabien, erwartet.

Rückblick

1951 kauften John Willard und Alice Marriott die Fairfield Farm in Virginia mit atemberaubendem Ausblick auf die Blue Ridge Mountains. Hier wurden Freunde, Familie und Geschäftsleute mit einfacher, aber herzlicher Gastfreundschaft empfangen. Aus der Idee entstand 1987 das erste Fairfield Inn in Atlanta, Georgia. Heute sind es über 1.290 Fairfield-Hotels in 19 Ländern. ⚓

→ <https://fairfield.marriott.com/>



Die geräumige Lobby wurde als heller, komfortabler und auch wandelbarer Raum mit sanften geometrischen Formen gestaltet, der sich gut zum produktiven Vernetzen eignet.



TRENDVIERTEL: Das Fairfield Copenhagen Nordhavn liegt am Wasser im Århusgadekvarteret-Viertel, bekannt für seine außergewöhnliche Architektur sowie Restaurants und Cafés.



Der Social Market ist das Herzstück des Hotels: Hier wird ein gesundes Frühstück serviert und ist inkludiert.

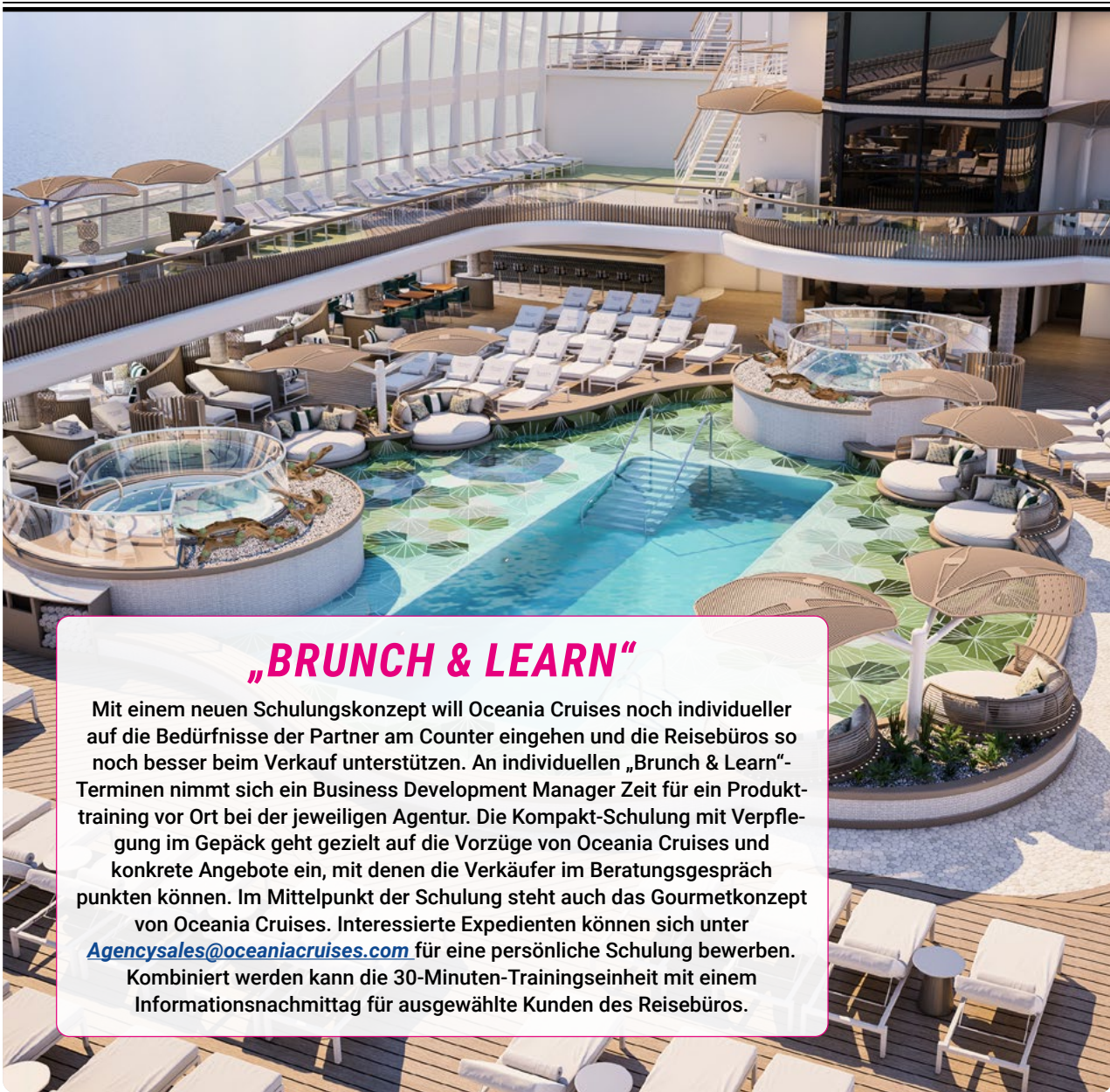


Die Zimmer verfügen über bequeme Betten, Duschen, kostenloses WLAN und mobile Schreibtische.



SCHLICHTE ÄSTHETIK: Die Designpalette besteht aus beruhigenden, natürlichen Farben und Materialien, darunter Grüntöne und Holz.

Fotos: Fairfield by Marriott



„BRUNCH & LEARN“

Mit einem neuen Schulungskonzept will Oceania Cruises noch individueller auf die Bedürfnisse der Partner am Counter eingehen und die Reisebüros so noch besser beim Verkauf unterstützen. An individuellen „Brunch & Learn“-Terminen nimmt sich ein Business Development Manager Zeit für ein Produkttraining vor Ort bei der jeweiligen Agentur. Die Kompakt-Schulung mit Verpflegung im Gepäck geht gezielt auf die Vorzüge von Oceania Cruises und konkrete Angebote ein, mit denen die Verkäufer im Beratungsgespräch punkten können. Im Mittelpunkt der Schulung steht auch das Gourmetkonzept von Oceania Cruises. Interessierte Expedienten können sich unter Agencysales@oceaniacruises.com für eine persönliche Schulung bewerben. Kombiniert werden kann die 30-Minuten-Trainingseinheit mit einem Informationsnachmittag für ausgewählte Kunden des Reisebüros.

VISIT USA GERMANY UND BRAND USA SCHULUNGS- EVENT

Visit USA Germany und Brand USA laden zur ersten Ausgabe des USA Experts Events in Düsseldorf ein. Die Schulung ist für Touristiker gedacht, die bereits über fortgeschrittene USA-Kenntnisse verfügen. 20 US-Partner werden den Teilnehmern in 15-minütigen Präsentationen Expertenwissen vermitteln.
[Infos und Anmeldung hier](#)

VIR INNOVATIONSTAGE Programm steht

Der Verband Internet Reisevertrieb (VIR) hat auf seiner Website das Veranstaltungsprogramm der VIR Innovationstage (OIT) am 18. und 19. Juni 2024 veröffentlicht. Sie finden in den Design Offices am Humboldtthafen in Berlin statt. Nach einer Begrüßungsrede durch VIR-Vorstand Michael Buller wird der Branchen-

Event um 10 Uhr mit der Keynote von Christiane Brandes-Visbeck, Geschäftsführende Gesellschafterin von Ahoi Innovationen, eröffnet. Ihr Thema: „Destination ESG – Ihr Reiseführer zu mehr Ökologie, Sozialer Verbundenheit und nachhaltiger Unternehmensführung.“
[Hier zum Programm](#)

Foto: Oceania Cruises

MACH URLAUB ZU DEINEM BERUF



Dein Herz schlägt für Tourismus, Marketing oder Vertrieb? Oder brennst du für die Bereiche IT, Personalwesen, Finanzen und Controlling?

Dann brauchen wir dich und zwar hier: in unserer modernen alltours Zentrale am schönen Standort Düsseldorf! Von Anfang an bieten wir dir Verantwortung, Vertrauen, Gestaltungsspielraum und ein wertschätzendes Miteinander. Und natürlich spannende Aufgabenfelder rund um die sonnigen Themen Urlaub, Strand und Reisen.

Freu dich auf

- 13,5 Gehälter plus Bonus- und Sonderzahlungen
- 30 Tage Urlaub plus freie Tage für besondere Anlässe
- Vergünstigte Reisen
- Weiterbildungs-, Sport- und Gesundheitsangebote
- Bezuschusste Mahlzeiten, Firmenticket, etc.

Einfach scannen
und direkt zu den
Stellenangeboten



Überzeugt? Dann mach Urlaub zu deinem Beruf und bewirb dich jetzt bei alltours!



STOPOVER



Eine bunte Überraschung ...

... BEI TAFRAOUTE IN MAROKKO

Mitten im Nirgendwo tauchen diese bunt bemalten Granitfelsen in Marokko auf. Der belgische Künstler Jean Véraime hatte 1984 unweit der Straße südlich von Agard Oudad riesige, von der Erosion rundgeschliffene Granitblöcke mit leuchtend bunten Farben angemalt – die „Blauen Steine“. Man findet die Granitfelsen drei Kilometer von Tafraoute entfernt im idyllischen Ammeln-Tal. Inzwischen wurden die meisten Steine neu bemalt. Sie dienen heute als Touristenmagnet in der Wüstengegend. Jean Véraime befasst sich als Maler und Bildhauer mit der Dimension

der Landschaft und der Entwicklung der Nomadenkunst in der ganzen Welt. Bereits 1965 sammelte und bemalte er tausend Steine am Strand von Cap Ferrat, 1967 errichtete er Schieferpyramiden in der französischen Alpenregion und schuf Kiesberge in den Pyrenäen. Ein noch großflächigeres Landschaftskunstwerk hatte Véraime von 1980 bis 1981 im Süden des Sinai mit der „Blue Desert“ nach der Unterzeichnung des israelisch-ägyptischen Friedensvertrags geschaffen. 

→ <https://special-adventure.de>

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



»Unsere Ambition ist klar: Netto-Null-Emissionen aus unserem Schiffsbetrieb.«
 Felix Eichhorn, Präsident von AIDA Cruises



HAFENGEBURTSTAG IN HAMBURG

DIE ELBE WIRD ZUR FESTIVALBÜHNE

Mit rund 1,5 Millionen Besuchern endet der 835. HAFENGEBURTSTAG HAMBURG. Eines der Highlights war die Lichter- und Musikshow am Samstagabend, bei der rund 300 leuchtende Drohnen das Kreuzfahrtschiff AIDAprima in Szene setzten. Für die Klang-Untermalung dieses besonderen Momentes sorgten zuerst Kayef und anschließend Top Act DJ Alle Farben, powered by GLÜCKSGE-

FÜHLE Festival. Sie spielten auf einer schwimmenden Ponton-Bühne direkt vor dem Schiff ein Set und begleiteten die Lichtinszenierung musikalisch. Zum zehnten Mal unterstützte AIDA Cruises das bekannte Event als Sponsor. Die bunte AIDA-Promotionsfläche am Platz der Deutschen Einheit, direkt an der Elbphilharmonie gelegen, wurde ebenfalls gut angenommen. Viele

Gäste genossen die Möglichkeit, bei Musik und kulinarischen Köstlichkeiten zu entspannen und zu verweilen.

Am Geburtstagswochenende kamen gleich drei Kreuzfahrtschiffe von AIDA Cruises zu Besuch: AIDAprima am 10. Mai, AIDAprima am 11. Mai, und AIDAsol verabschiedete sich am 12. Mai um 18 Uhr aus der Hansestadt.

Foto: AIDA Cruises, Christian Lietzmann

OCEANIA CRUISES

Die Allura kommt jetzt früher

Oceania Cruises wird ihr neues Schiff eine Woche früher als geplant in Dienst stellen. Die Allura, die im Sommer 2025 die Flotte erweitert, wird am 18. Juli 2025 ihre Jungfernfahrt von Triest nach Athen starten. Auf der sechstägigen Reise läuft sie im östlichen Mittelmeer beispielsweise Rijeka (Kroatien), Ravenna (Italien), Dubrovnik (Kroatien) und Kotor (Montenegro) an. Außerdem bietet die Reederei im September 2025 eine besondere viertägige Rundreise ab New York City an. Tipp: Gästen, die



die ursprüngliche Eröffnungsreise ab dem 24. Juli 2025 gebucht haben, ermöglicht Oceania Cruises einen

präferierten Zugang zur neuen Jungfernfahrt, bevor diese öffentlich verkauft wird. Nach ihrer Sommersaison im Mittelmeer wird die Allura nach Kanada und Neuengland für einige spannende Routen aufbrechen, bevor sie ihre erste Wintersaison in der Karibik antritt. Für Reisende, die das luxuriöse Boutique-Erlebnis von Oceania kennenlernen wollen, bietet die Reederei vom 30. September bis zum 4. Oktober 2025 eine viertägige Rundreise „Taste of Oceania Cruises“ ab New York an.



SOMMERSAISON

ERSTANLAUF IN HAMBURG

Gegen 07:30 Uhr am Samstagmorgen machte die Costa Favolosa im Cruise Center Altona fest und läutete somit die Sommersaison in Nordeuropa ein. Die Costa Favolosa läuft den neuen Heimathafen Hamburg insgesamt neun Mal an und nimmt Kreuzfahrtliebhaber auf Abenteuer-touren in den hohen Norden. Die erste Reise führt auf einer 14-tägigen Route nach Norwegen in Richtung Lofoten und Nordkap. Dorthin ist das Schiff über den Sommer mehrfach unterwegs. Außerdem gibt es 15- und 16-tägige Kreuzfahrten nach Island.

Fotos: Costa Kreuzfahrten // Oceania Cruises // AIDA Cruises

SEABOURN

„Expedition Month“

Mit einer Serie von Webinaren zu verschiedenen Expeditionszielen wird Seabourn im Juni 2024 Verkaufstipps und Produktinformationen sowie ein Quiz mit Preisen in den Sozialen Medien anbieten. An drei Dienstagen im Juni jeweils um 10 Uhr finden 45-minütige Webinare zu einer bestimmten Destination statt. Sie werden von

Seabourns Expeditionsexperten abgehalten. Mit den maßgefertigten Expeditionsschiffen Seabourn Pursuit und Seabourn Venture bietet die Reederei Reisen zu einigen der abgelegensten Regionen der Erde an – in die Antarktis und Arktis, tief ins Amazonas-Delta oder durch die Nordwestpassage. [Anmeldung: Antarctica](#)

59%

DER MSC CRUISES FLOTTE ...

... ist für Landstrom ausgerüstet. Bis zum Jahresende soll dieser Anteil auf 72 Prozent erhöht werden. Erstmals wurde die MSC Euribia an das Stromnetz des PORT OF KIEL angeschlossen.



Wie die Roald Amundsen (Foto) ist die Fridtjof Nansen ein Hybridschiff, eigens gebaut für Reisen in sensible Polargewässer.

Im Dienst der Wissenschaft

Hurtigruten Expeditions heißt jetzt HX – sonst ändert sich nix: Entdeckergeist, Nachhaltigkeit und Respekt bestimmen die Seereisen.

Text Iris Quirin

Am 4. Mai empfing Hurtigruten Expeditions Partner und Medien am Cruise Terminal Altona in Hamburg an Bord der Fridtjof Nansen zu einem ausgiebigen Schiffsrundgang. Bemerkenswert ist das große, bordeigene Science Center. HX ist weltweit führender Partner von Forschungsprogrammen an 20 Partnerinstitutionen

und hat die Forschungszusammenarbeit mit der Helmholtz-Innovationsplattform SOOP bekanntgegeben. SOOP entwickelt Hard- und Software für die Meeresbeobachtung, damit mehr ozeanografische und klimarelevante Daten erfasst werden können. Vor dem Schiffsrundgang wurde den Gästen die neue globale Markenidentität

von Hurtigruten Expeditions mit dem neuen Namen HX vorgestellt. HX bietet nachhaltige Expeditions-Seereisen in weltweit einzigartige Regionen an: nach Grönland, Spitzbergen und Alaska sowie in die Antarktis und zu den Galapagos-Inseln. ⚓

→ <https://www.hurtigruten.com>



Fotos: HX // Hurtigruten Expeditions

PARTNER VON FORSCHUNGSPROGRAMMEN: In der letzten Antarktis-Saison hatte HX Gastwissenschaftler aus 13 Projekten an Bord. Gerade startete HX die Forschungskooperation mit der Helmholtz-Innovationsplattform SOOP.



Neue Fernwehreisen mit Südafrika im Herbst 2024



Weltenbummler ab Teneriffa bis Dubai mit Südafrika und Mauritius

33 Tage ab **2.190€*** p.P.

Paradiesische Routen
AIDAprima und AIDAstella nehmen im Herbst 2024 Kurs auf ihre Winterdestinationen im Orient und in Asien. Der Weg dorthin ist in diesem Jahr besonders faszinierend. Er führt von Europa ins südliche Afrika und zu weiteren traumhaften Reisezielen. Eine einzigartige Gelegenheit für eure Kund:innen mit besonders großem Fernweh!

Darauf dürfen sich eure Kund:innen freuen:

- Je nach Route Traumziele wie Namibia, Südafrika, Mauritius, Seychellen und Dubai
- Große Routenauswahl von 8 bis 49 Tagen Reiselänge
- Ausgiebig Zeit an Bord für Entspannung, Genuss, Wellness, Fitness und Entertainment
- Sehr gutes Preis-Leistungs-Verhältnis, viele Inklusivleistungen

* AIDA PREMIUM Preis pro Person bei 2er-Belegung (Innenkabine IB) inkl. 675 Euro Frühbucher-Plus-Ermäßigung für die Route „Weltenbummler Kapverden, Südafrika & Mauritius“ mit AIDAprima am 03.11.2024, jeweils limitiertes Kontingent. Es gelten die aktuellen AIDA Reisebedingungen und Informationen auf aida.de/agb
AIDA Cruises • German Branch of Costa Crociere S. p. A. • Am Strande 3 d • 18055 Rostock



Langfristbucher zurück

Hochseekreuzfahrten sind wieder auf Kurs. Fast so viele Gäste wie im Winter 2018/19 haben bereits einen Urlaub zwischen November 2023 und April 2024 gebucht.

Kreuzfahrten sind mit einem Umsatzplus von 41 Prozent zum Vorjahr auch im Sommergeschäft 2024 einer der Wachstums-

treiber im Markt. Besonders bei Familien wird der Urlaub auf dem Wasser immer beliebter: Sie stellen mit einem Plus von elf Prozent ge-

genüber 2019 den größten Gästezuwachs. 37 Prozent aller gebuchten Kreuzfahrtgäste sind zum aktuellen Buchungsstand Familien.

HOCHSEEKREUZFAHRTEN				
	2019	2021	2022	2023
Passagierzahlen	2.943.400	736.600	2.526.100	2.961.900
Ausgaben vorab, in Mio. Euro	5.121	907,9	3.423,8	4.649,6
Ausgaben vorab, p.P./Reise in Euro	1.740	1.233	1.355	1.570
Ø Reisedauer in Nächten	10,9	8,8	9,8	10,1

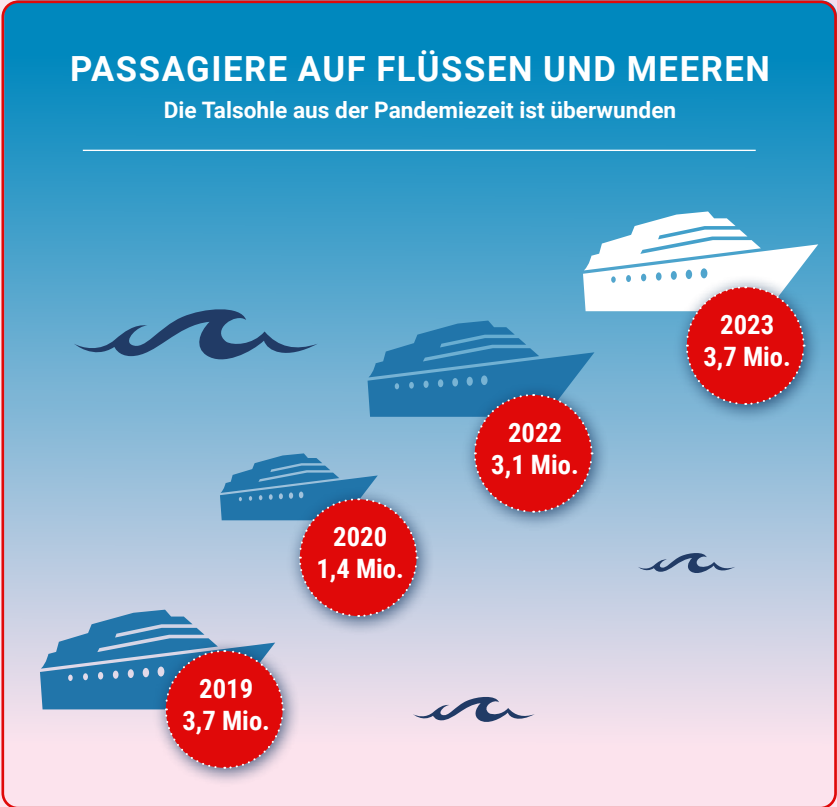
FLUSSKREUZFAHRTEN				
	2019	2021	2022	2023
Passagierzahlen	727.400	209.400	644.800	700.000
Ausgaben vorab, in Mio. Euro	853,2	241,2	685,3	829,1
Ausgaben vorab, p.P./Reise in Euro	1.173	1.152	1.063	1.184
Ø Reisedauer in Nächten	8,3	7,4	7,6	7,4

Quellen: GfK Mobilitätsmonitor, geänderte Erhebungsmethodik, daher sind diese Daten nur eingeschränkt mit den Daten aus den Publikationen der Jahre vor 2020 vergleichbar

Insgesamt übertrifft die für den Sommer gebuchte Anzahl aller Kreuzfahrtgäste schon jetzt das Niveau von 2019 leicht.

Für die Kreuzfahrtveranstalter verläuft die Buchungssaison sowohl im Hochsee- wie auch im Flusskreuzfahrtbereich also erfreulich gut. Das Buchungsvolumen zum Jahresstart, in der maritimen Branche „wave season“ genannt, hat die Erwartungen der Kreuzfahrtveranstalter übertroffen, so dass alle Anbieter von Kreuzfahrten überaus positiv in die Zukunft

blicken. Das Buchungsverhalten hat sich nach der Corona-Krise stabilisiert. Dominierten im vergangenen Jahr noch kurzfristige Buchungen, so ist die Zahl der langfristigen Buchungen für die Wintersaison 2024/2025 und darüber hinaus erfreulich hoch. Und das bei der gleichzeitig stark bleibenden Zahl kurzfristiger Buchungen. Bei den Flusskreuzfahrten werden die klassischen Strecken wie Donau und Rhein sehr gut nachgefragt, wobei im internationalen Flussverkehr Frankreich und Portugal im Aufwind sind. ⚓

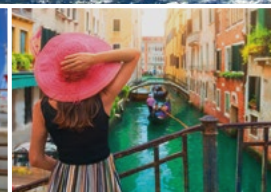


Quellen: DRV, CLIA Deutschland, GfK (für die Jahre 2019 bis 2023)



Leinen los!

Reisen bis **März 2026** ab sofort **online** buchbar!



Alle Routen und Preise bis März 2026 finden Sie online auf unserer **Website**.



STAR CLIPPERS
KREUZFAHRTEN

Ihr Marktführer für Segelreisen mit Kreuzfahrtkomfort

STAR CLIPPERS KREUZFAHRTEN GMBH
Gebührenfreie Hotline:
00800 / 78 27 25 47 (STARCLIP)
info@star-clippers.de · www.star-clippers.de

UNTER WEISSEN SEGELN

Eine Kreuzfahrt kann auch einmal ganz anders ausfallen, zum Beispiel an Bord der Star Clipper. Der Viermaster kreuzt im Winter vor Costa Rica und Panama. Ein Traum unter weißen Segeln.

Text Jean-Marc Göttert

WEISSE PRACHT:

Der elegante Viermaster Star Clipper mit seinem schnittigen Rumpf ist eins von drei Segelschiffen, auf denen die Reederei Star Clippers Kreuzfahrten anbietet.

Um es gleich vorwegzunehmen, diese Kreuzfahrt ist ganz anders als das, was man üblicherweise unter einer Kreuzfahrt versteht. Mit einer Länge von knapp 115

Metern und einer Breite von nur 15 Metern sieht der Viermaster Star Clipper wie eine schnittige Privatyacht aus. Natürlich zählen Teakholzdecks, Messingzubehör, Mahagoni-Holzbearbeitung, 16 Segel und ein gepflegtes Interieur zum stimmigen Gesamtbild. Schnell wird klar: Mit den üblichen Luxuskreuzfahrtschiffen und Tausenden von Gästen hat das nichts zu tun.

OUTDOOR-SPORT:

Gäste können im warmen Wasser des Pazifiks Kajakfahren, Tauchen oder Schnorcheln.

ZUVORKOMMENDES PERSONAL:

Cabin Steward Francis empfängt die Gäste mit Erfrischungstüchern.

AUSSICHT AM BUG:

Spektakulär ist die Aussicht im Bugsprit-Netz. Das Netz ist fast immer bei Tageslicht zugänglich.

Die etwas andere Kreuzfahrt

Die maximal 166 Gäste (plus 74 Crewmitglieder) an Bord der Star Clipper fühlen sich denn auch wie Gäste auf einer Großyacht. Und das war auch die ursprüngliche Idee (siehe Kasten S. 42). Ende Januar 2024 sind wir eine Woche lang mit der Star Clipper auf der pazifischen Seite in Costa Rica unterwegs, entfliehen dem europäischen Winter und genießen die Sonne, den Wind und das Segelabenteuer im tropischen Klima Mittelamerikas. Tagsüber geht es barfuß oder in Flipflops von Bord,

abends treffen sich die Gäste im Restaurant wieder, ausdrücklich leger – ohne Abendkleid, Sakko oder Krawatte.

Der Ausgangspunkt für die Costa-Rica-Kreuzfahrt der Star Clipper ist Puntarenas, rund 1,5 Stunden Busfahrt vom Flughafen der Hauptstadt San José entfernt. Fluganreise und Einschiffung sind kaum an einem Tag zu schaffen. Es ist ohnehin entspannter, eine Nacht in Puntarenas zu bleiben und sich am Vormittag ein wenig mit der „pura vida“-Atmosphäre Costa Ricas vertraut zu machen.

Von Puntarenas geht es in Richtung Süden nach Quepos und Golfito, dann ganz in den Norden des Landes nach Bahia Culebra (Playa Panama, Palo Verde National Park) und Bahia Potrero (Flamingo Beach) sowie zu den den Islas Tortuga.

An Bord herrscht eine vollkommen andere Atmosphäre als auf anderen Kreuzfahrtschiffen: Die Crew, das besondere Flair des Großseglers und die außergewöhnlichen Routen sind etwas für Menschen, die authentische Erlebnisse und das Besondere suchen. Ohnehin muss man sich auf der Star Clipper ein wenig umstellen: Jede Ka-



ROUTEN UND PREISE

Die neuen Segel-Kreuzfahrten für den Winter 2025/26 mit den drei Großseglern Royal Clipper sowie Star Flyer und Star Clipper sind auf www.star-clippers.de zu finden.

Die Star Clipper wird zu elf- und zwölf-tägigen Törns in der Karibik ablegen. Neuer Heimathafen in der Wintersaison 2025/26 wird St. Georges auf Grenada sein.

bine ist anders, ein standardisiertes Kabinendesign gibt es hier nicht. Durch die geschwungene Rumpfform des Schiffs hat jeder Raum einen anderen Zuschnitt.

Unsere Tour geht durch naturbelassenen Regionen und Naturschutzparks. Während der gesamten Reise sehen wir nur einmal ein anderes Kreuzfahrtschiff. Denn die angelaufenen Häfen und Buchten sind viel zu klein für die üblichen Schiffsriesen.

Landausflüge führen durch Mangrovenwälder, tropischen Regenwald und unberührte Buchten, an denen die Gäste schnorcheln, schwimmen oder die Sonne genießen können. Unterwegs werden wir immer wieder mit “pura vida” begrüßt, dem Nationalmotto Costa Ricas. Das könnte auch das Motto der Star Clipper sein. ⚓

→ <https://www.star-clippers.de/>

HINWEIS ZUM BERICHT

Die Recherchereise für diesen TRVL Counter-Beitrag wurde unterstützt von der Reederei Star Clippers Monaco und dem Veranstalter Star Clippers Kreuzfahrten in Langenhagen. Der Bericht ist unabhängig recherchiert und verfasst worden.



Die Star Clipper in Zahlen

• Reederei: Star Clippers, Monaco	• Vier-Mast-Barkentine mit 16 Segeln	• Masthöhe: 62,8 Meter	• Geschwindigkeit: zehn Knoten (mit Motor), 17 Knoten (unter Segeln)
• Baujahr: 1992	• Länge: 115,57 Meter	• Tiefgang: 6,5 Meter	• 84 Kabinen, 166 Passagiere, 74 Crew
• Flagge: Malta	• Breite: 15 Meter	• Segelfläche: 3.365 Quadratmeter	

Fotos: TRVL COUNTER // Star Clippers



Ist der Strandabschnitt flach, werden Gäste mit dem Schlauchboot an Land gebracht.



- 1 FISCHMARKT BEI PUNTARENAS:** Sehenswert ist die Fischhalle in der kleinen Ortschaft, die sonst auch nicht viel zu bieten hat. Wer traditionelle Fischgerichte mag, ist hier genau richtig.

2 OBST IN HÜLLE UND FÜLLE: Costa Rica bietet viele exotische Obstsorten, die es in Europa nur teuer zu kaufen gibt.

3 REGENWALD-GUIDE: Auf einer Regenwald-Tour bringt der Guide stets ein Fernglas mit, damit die Gäste auch die Vielzahl der Vögel sehen können. In kaum einem anderen Land der Welt gibt es einen derartigen Artenreichtum wie in Costa Rica.

4 KLEINE BUCHTEN, EINSAME CAFÉS: Der Vorteil der kleinen Star Clipper: Das Schiff kann idyllische Buchten anlaufen, die so gut wie menschenleer sind. Manchmal gibt es ein Café mit frischen Hummer vom Grill.

Gut zu wissen



SEGELYACHT

Mit Motor bei Bedarf

Die Star Clipper wird hauptsächlich vom Wind angetrieben. Sollte aber Flaute herrschen, gibt es einen umweltfreundlichen Back-up-Motor, der mit reinem Gas mit niedrigem Schwefelgehalt betrieben wird. Das Schiff erhielt daher das International Air Pollution Prevention Certificate.

ANREISE

Aus Europa

San José (SJO), die Hauptstadt von Costa Rica, hat den größten Flughafen des Landes und ist nur zwei Stunden von Puntarenas entfernt. Flüge nach Costa Rica starten von Paris, London, Frankfurt, Zürich, Madrid und Amsterdam.

PREISE

Karibikbeispiel

Reisebeispiel mit der Star Clipper: 7-tägige Segel-Kreuzfahrt Costa Rica und Panama, vom 25. Januar bis zum 1. Februar 2025 ab 2.205 Euro pro Person (Doppelbelegung) inklusive Vollpension an Bord.



KLEINE, VERSTECKTE BUCHTEN: Von der Star Clipper werden die Gäste im Tendorverkehr oder mit dem Zodiac zum Strand und zurück gebracht.

DIE WEISSEN SCHWÄNE

IN DER TRADITION DER CLIPPER-SEGLER

Bei einer Atlantiküberquerung auf seiner Yacht Gloria kam der leidenschaftliche Segler Michael Krafft auf die Idee, zwei große Segelboote zu bauen, die von den alten Clippern inspiriert waren. Es sollten so vielen Menschen wie möglich das Segeln an Bord eines authentischen Segelschiffes erleben.

Krafft und sein Team entwarfen Ende der 80er-Jahre den ersten neuen Clipper seit mehr als 100 Jahren. Die schnittige Bootsform stammte tatsächlich von Originalplänen der Clipper aus dem 19. Jahrhundert. Im Mai 1991 wurde die Star Flyer, ein 115 Meter langes Viermast-Segelschiff, in Gent vom Stapel gelassen. Ein Jahr später gesellte sich ihr Schwesterschiff Star Clipper dazu. Sie lassen die Tradition

echter Großsegelschiffe aufleben – angefangen vom schnittigen Rumpf über die mächtigen Masten bis hin zum Ruder aus massivem Holz und der Inneneinrichtung im maritimen Stil. Die modernen Kabinen sind geräumig und mit Marmor-Duschbädern und Klimaanlage ausgestattet. Es gibt ein elegant eingerichtetes Restaurant mit freier Sitzordnung sowie eine Bibliothek, in der man sich wie in einem englischen Privatclub fühlt.

Im Jahr 2000 kam die Royal Clipper hinzu, die vom Fünfmast-Vollschiff Preußen beeinflusst war, das hundert Jahre zuvor gebaut wurde. Die Royal Clipper gilt als Flaggschiff der Star Clippers und ist im Guinness Buch der Rekorde offiziell als größtes Segelschiff der Welt registriert.

Fotos: TRVL COUNTER



Junge Generation: Amelia, Svante und Sergio bringen Schwung an Bord mit vielen Sportaktivitäten.



Überaus freundlich: Dandung und Bonny kümmern sich um das Gästewohl.



Tägliche Live-Musik von Allan.

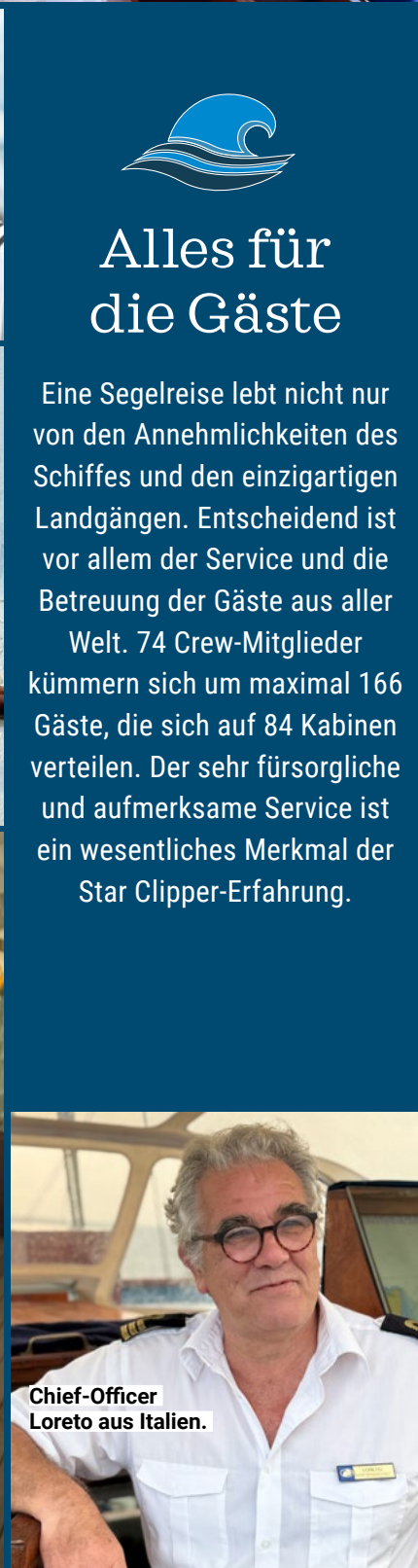
Schicke Uniform beim Segelsetzen.



Daniel begrüßt die Gäste von der Relling.



Cruise-Direktor Axel und so etwas wie Mädchen für alles. Axel ist aus Costa Rica und deutschstämmig.



Alles für die Gäste

Eine Segelreise lebt nicht nur von den Annehmlichkeiten des Schiffes und den einzigartigen Landgängen. Entscheidend ist vor allem der Service und die Betreuung der Gäste aus aller Welt. 74 Crew-Mitglieder kümmern sich um maximal 166 Gäste, die sich auf 84 Kabinen verteilen. Der sehr fürsorgliche und aufmerksame Service ist ein wesentliches Merkmal der Star Clipper-Erfahrung.



Kapitän Ante segelt seit seinen Schultagen in Kroatien.



Heute als Barbecue-Team unterwegs: John, Michael und Randy.



Prakash hilft auch beim Tendorverkehr.



THE SUITE LIFE VON CELEBRITY

Celebrity Cruises baut die exklusiven Angebote im The Retreat weiter aus. Das Schiff-im-Schiff-Konzept bietet Suiten-Gäste neue Premium-Erlebnisse und personalisierte Annehmlichkeiten. Neu ist zum Beispiel ein Butler-Chat und ein eigener Tour-Planer für Landausflüge. Das ermöglicht eine schnellere und einfachere Kommunikation – sowohl an Bord als auch an Land. Das Angebot im Luminae (Foto), dem exklusiven Suiten-Restaurant, wurde ebenfalls aufgewertet. Gäste können sich auf neue Signature-Gerichte von Sternekoch Daniel Boulud und eine wechselnde Abend- und Dessertkarte freuen. In der Suite stehen zudem eine kostenlos gefüllte Minibar und jede Menge kulinarische Köstlichkeiten zur Auswahl, die aus der Suite-eigenen Speisekarte ausgewählt werden. → <https://www.celebritycruises.de/the-retreat.php>

NORWEGIAN CRUISE LINE
AB NACH ASIEN

NCL baut seine Präsenz in Asien-Pazifik mit über 30 neuen Reiserouten aus. Insgesamt wird es zwischen September 2024 und März 2026 nun 85 Abfahrten mit der Norwegian Spirit, Norwegian Sun und Norwegian Sky geben, die alle drei ihr Debüt in der Region feiern. Zum ersten Mal in der Unternehmensgeschichte wird NCL die meisten Schiffe in diesem Teil der Welt einsetzen und so eine ausgedehnte Saison mit 15 Abfahrthäfen realisieren.

TUI CRUISES
Ausweichrouten

Nach der Mein Schiff 5 schickt TUI Cruises weitere Schiffe auf Ausweichrouten in ihre Winterfahrergebiete. Mit den neuen Routen vermeidet die Reederei die Fahrt durch den Suezkanal und das Rote Meer. Ab sofort sind neue Reisen der Mein Schiff 4 und der Mein Schiff 6 buchbar. Dabei läuft die Mein Schiff 6 zum ersten Mal Ziele in Afrika sowie Mauritius und La Réunion an. Die erste neue Reise »Die Südspitze Europas«, mit der die Mein Schiff 6 Anfang November auf Kreta startet, führt über Catania, Gibraltar und Cadix nach Puerto del Rosario, bevor Las Palmas auf Gran Canaria angelaufen wird. Dort startet die Reise »16 Nächte-Transafrika«.

Fotos: Celebrity Cruises // Hapag-Lloyd Cruises // Plantours

MS HAMBURG VON PLANTOURS

133-tägige Kreuzfahrt ab und bis Hamburg

Der renommierte Kreuzfahrtveranstalter Plantours startet den Verkauf für die außergewöhnlichste Route der Firmengeschichte: Am 6. Dezember 2025 legt MS »Hamburg«, das kleinste Kreuzfahrtschiff Deutschlands, zur 133-tägigen Fahrt ab. Start und auch Zielhafen sind die Hansestadt Hamburg.

Die Route selbst ist mit Superlativen gespickt: Mit der Silvesterfeier vor der Copacabana in Rio de Janeiro, den Anlandungen im Naturparadies Südgeorgien, Expeditionen mit den bordeigenen Zodiacs in der Antarktis, der Überfahrt von Kap zu Kap – von Kap Hoorn nach Kapstadt in Südafrika. Anschließend nimmt MS »Hamburg« Kurs auf den Indischen Ozean: Mauritius, Mada-



**PREIS-
BEISPIEL**
133-tägige Kreuzfahrt ab und bis Hamburg: vom 6. Dezember 2025 bis zum 17. April 2026, ab 22.999 Euro in einer Zweibett-Innenkabine.

gaskar, die Seychellen, und auch die Komoren stehen auf dem Fahrplan. Die Passagiere starten zu mehrtägigen Safaris sowohl in Südafrika als auch später im Senegal und in Namibia. Über die Kapver-

den, die Kanarischen Inseln und die Kanalinsel Guernsey läuft MS »Hamburg« nach einer morgendlichen Passage auf der Elbe am 17. April 2026 wieder in den Hamburger Hafen ein.



HANSEATIC INSPIRATION
ZEHN TAGE IM
KAISERDOCK

Rund zehn Monate dauerten die Vorbereitungen für die Werftzeit. Dann wurde zehn Tage lang rund um die Uhr an Bord der HANSEATIC inspiration gearbeitet. Über 500 Crew-Mitglieder, Mitarbeiter von Fremdfirmen sowie der Werft haken mehr als 250 Punkte von der To-do-Liste ab, von der Wartung des Bugstrahlruder, über die Prüfung der Ruder und Propeller sowie der Stabilisatoren bis hin zu neuen Teppichen, Tapeten und Fliesen.

PHOENIX REISEN

Frühbucher-Katalog

Am 31. Mai wird Phoenix Reisen den Katalog »Frühbucher Fluss & Küsten 2025« in die Reisebüros schicken. Online ist der Katalog bereits [hier abrufbar](#). Im Portfolio sind Reisen auf der Donau, dem Rhein, dem Main, der Mosel, der Saar, dem Nil sowie in Holland, Belgien und Frankreich. Auch Kreuzfahrten mit dem 2025er Neubau Aurelia

sind bereits buchbar. Das Schiff des langjährigen Phoenix-Reedereipartners Rijfers wird im nächsten Jahr für fünftägige Reisen auf dem Rhein, in den Niederlanden und auf der Donau eingesetzt. Die Starthäfen sind Köln und Passau. Der Frühbucherrabatt gilt für Buchungen bis einschließlich dem 31. Juli.

24 Meter

LANG IST DER NEUE MAXI-KATAMARAN ...

... Spirit of Ponant der Luxus-Reederei PONANT. Die in Frankreich gebaute Luxus-Yacht verspricht ein intensives Erlebnis, bei dem einige der schönsten Inseln der Welt angesteuert werden. Sie läuft im Juni 2024 vom Stapel und wird den Sommer auf Korsika verbringen, bevor sie im Winter 2025 auf die Seychellen fährt.



Die Seabourn Venture vor der malerischen Kulisse von Malta

Das Besondere finden

„The Collection“ ist eine Serie exklusiver Kreuzfahrten, für die Seabourn besondere Landgänge entwickelt hat: vom Besuch hochkarätiger Tennisturniere samt Promi-Begleitung, über private Events in historischem Ambiente bis zum Weinbergdinner.

Natalya Leahy, Präsidentin von Seabourn, nennt es die „Seabourn Moments“ und meint Events und Erlebnisse für anspruchsvolle Gäste, die nach außergewöhnlichen Erfahrungen suchen. Dafür gibt es jetzt „The Collection“, eine besondere Serie exklusiver Kreuzfahrten mit außergewöhnlichen Landgängen, etwa die „Mediterranean Marvels and

Matches“-Tour. Bei diesen einwöchigen Kreuzfahrten im April 2025 zwischen Barcelona und Rom sind Übernachtungen in Monte Carlo oder Barcelona geplant. Hier können Passagiere die weltberühmten Tennisturniere „Monte Carlo Masters“ oder „Barcelona Open“ mit Premium-Tickets besuchen. Eine weitere Besonderheit von „The Collection“: Gäste können ein maß-

gefertigtes Luxus-Expeditionsschiff kennenlernen, denn die Kreuzfahrten finden mit der Seabourn Venture statt. Sie macht für „The Collection“ einen Abstecher ins Mittelmeer, bevor sie zu ihren Expeditionsreisen nach Nordeuropa und in die Arktis aufbricht. ⚓

→ Reservierung@Seabourn.com



PROMINENZ AN BORD: Tennis-Star Tommy Haas wird im April 2025 die Kreuzfahrten „Marvels & Matches“ begleiten. Für die Fahrt gibt es unter anderem Premium-Tickets für das Viertelfinale des Monte Carlo Masters.



Fotos: Seabourn // Simone Spohr

DIE SCHÖNHEIT DER KARIBIK & ANTILLEN. PALMEN, SAND & MEER.

FRÜHBUCHER
WINTER 2024/25



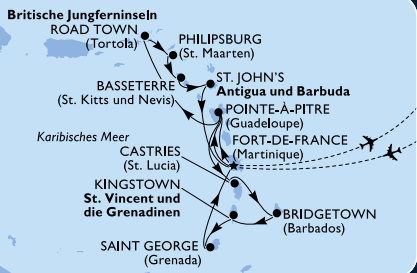
MSC VIRTUOSA

Entspannen Sie an den traumhaften Sandstränden der Karibik und entdecken Sie die Schönheit der französischen Antillen. Bei Buchung Ihrer Kreuzfahrt bis 31.07.2024 sparen Sie bis zu € 500 pro Kabine.



MSC
CRUISES

FOR A GREATER BEAUTY



KARIBIK & ANTILLEN
Winter 2024/25

November – März | 15 Tage - 14 Nächte | ab/bis Fort-de-France*

FLY & CRUISE PREIS AB € 2.549,- p.P.*

Dieses und viele weitere Angebote
finden Sie auf mscbook.de



INKL. FLUG & TRANSFER
ab/bis Frankfurt



ALL-INCLUSIVE
GETRÄNKEPAKET EASY
ab € 280,- p.P. zubuchbar.

*Routenverlauf variiert. *Gesamtpreis inkl. Hotel-Servicegebühr pro Person in Euro bei Standard-Doppelbelegung. Die Kreuzfahrt ist auch ohne Flug buchbar. Dieses Angebot ist nur gültig für Neubuchungen bis zum 31.07.2024, nach Verfügbarkeit und ist mit dem Voyagers Clubrabatt und weiteren Rabatten kombinierbar. Das Angebot gilt für den 1. und 2. Vollzähler. Der Einzelkabinenzuschlag beträgt 100%. Es gelten die Allgemeinen Geschäftsbedingungen. Veranstalter: MSC Cruises S.A., Avenue Eugène-Pittard 16, 1206 Genf (Schweiz).

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



»Wir als Reisewirtschaft stehen für Freundlichkeit, sind fair, sind wertschätzend, wir diskutieren auf Augenhöhe, wir stehen für Toleranz ein!«
 DRV-Präsident Norbert Fiebig auf der Schmetterling-Jahrestagung 2024



NEW YORK

KOSTENLOSE EVENTS

New York City Tourism + Conventions stellt eine Auswahl kostenloser und erschwinglicher Aktivitäten vor, die Besucher diesen Sommer im Big Apple genießen können. Die Organisation hat dafür auf ihrer Website einen „NYC on a Budget“-Content Hub freigeschaltet. Dort gibt es einen Leitfaden unter anderem für saisonale Veranstaltungen, Outdoor-Aktivitäten, günstiges Essen sowie Tipps für kostenlose und ermäßigte Veranstaltungstickets. Dazu gehört

eine vollständige Liste von Kultureinrichtungen, die an bestimmten Wochentagen oder zu bestimmten Zeiten kostenlosen Eintritt bieten. Der Madison Square Park, zum Beispiel, bietet anlässlich seines 20-jährigen Bestehens diesen Sommer eine Reihe kostenloser Ausstellungen an. Und bei den „Paramount+ Movie Nights in Brooklin“ gibt es kostenlose Filmvorführungen mit wöchentlichen Veranstaltungen.

→ [Mehr Infos hier](#)

TISCHLER REISEN

Auf dem Mekong unterwegs

Der Mekong ist die Lebensader Südostasiens. Auf einer Flusskreuzfahrt mit der luxuriösen Boutique-Kreuzfahrtlinie Heritage Line von Vietnam nach Kambodscha können Gäste die Kultur und Natur beider Länder unmittelbar erleben. Die Strecke führt durch das Mekong-Delta, wo es die berühmten schwimmenden Märkte gibt. Die Fahrt ermöglicht Einblicke in das Alltagsleben der Einheimischen und endet in Siem Reap. Ein Highlight ist der Besuch der beeindruckenden Tempel von Angkor Wat.



Die luxuriösen Schiffe der Heritage Line begeistern mit erstklassigem Komfort, einer ebensolchen Küche und stilvollen Kabinen. Preisbeispiel: Acht Tage und sieben Nächte ab Renaissance Riverside Hotel, Saigon, bis Pier Siem Reap für 2.245 Euro pro Person in der Superior Doppelkabine. Gäste, die lieber mit einem Katamaran unterwegs sind, können eine exklusive Cruise in Phuket buchen. An Bord des modernen Katamarans erleben sie luxuriösen Segelspaß, spannende Kajakaufträge durch Mangrovenwälder, abgelegene Lagunen und eine Vielzahl kleiner Inseln.

spiel: Acht Tage und sieben Nächte ab Renaissance Riverside Hotel, Saigon, bis Pier Siem Reap für 2.245 Euro pro Person in der Superior Doppelkabine. Gäste, die lieber mit einem Katamaran unterwegs sind, können eine exklusive Cruise in Phuket buchen. An Bord des modernen Katamarans erleben sie luxuriösen Segelspaß, spannende Kajakaufträge durch Mangrovenwälder, abgelegene Lagunen und eine Vielzahl kleiner Inseln.

→ <https://www.tischler-reisen.de/>

Fotos: iStock // Tischler Reisen // DRV

NAMIBIA

Kommt bald die Visumpflicht?

Bislang können deutsche Urlauber ohne Visum nach Namibia einreisen, wenn sie nicht länger als 90 Tage bleiben. Doch das soll sich ändern. Wie namibische Medien berichten, will die Regierung eine Visumpflicht für Reisende aus mehr als 30 Ländern einführen. Dazu gehören Deutschland, Österreich, die Schweiz, Frankreich, Belgien, die Niederlande und Dänemark. Innenministerin Margaret Kalo wolle mit der Regelung „faire und ausgewogene diplomatische Beziehungen mit diesen Ländern



fördern“, schreibt der Windhoek Observer im Internet. Die Politikerin kritisiert, dass die betroffenen

Länder nicht ebenso günstige Einreisebedingungen für Bürger aus Namibia gewähren. Nach den Plänen der Regierung sollen Reisende aus Deutschland nach einem Online-Antrag und gegen eine Gebühr ein Visum bei der Ankunft in Namibia erhalten. Die konkreten Bestimmungen und das Datum der Einführung will das Innenministerium in Kürze bekanntgeben. Wie sich die geplante Visumpflicht auf die Zahl der Urlauber auswirken kann, bleibt offen. Für Touristen ist das aber eine zusätzliche Hürde.

SOMMER 2025

Buchungsfreigabe der TUI

So früh wie nie zuvor gibt TUI die Buchungen für die nächste Sommersaison frei. Die Urlauber haben bereits eine große Auswahl an Pauschalreisen im Sommer 2025 mit Hotels etwa von TUI Blue und Riu sowie mit den haus-eigenen Clubmarken Robinson und TUI Magic Life.

TUIfly wird im nächsten Sommer ab fünf Flughäfen starten. Das größte Angebot entfällt dabei auf den Flughafen Hannover, gefolgt von Düsseldorf und Frankfurt. TUIfly wird über 550 Flugverbindungen zu 26 Sonnenzielen in Europa, Nordafrika und in die Türkei anbieten.

NACHHALTIGKEIT

HOTELZERTIFIKATE

FTI ergänzt die Hotelbeschreibungen ab sofort um zusätzliche Informationen zur Nachhaltigkeit der jeweiligen Unterkünfte. Grundlage sind anerkannte Zertifikate des Globalen Rats für nachhaltigen Tourismus (GSTC). Als gemeinnützige Organisation legt der von der Welttourismusorganisation der UNO mitgegründete GSTC die Standards für eine umweltbewusste Entwicklung im Tourismussektor auf globaler Ebene fest. Darüber hinaus fungiert er als internationale Akkreditierungsstelle für die Zertifizierung von nachhaltigem Tourismus.



Air France-Service

Air France baut den La Première-Service aus. Im Sommer eröffnet die Airline für die Premium-Passagiere eine spezielle Check-in-Lobby und Suiten am Dreikreuz Paris-Charles de Gaulle. Der Check-in-Bereich ist mit 15 Sitzplätzen und zwei privaten Lounges ausgestattet und bietet Gästen, die die La Première-Suitenoption gebucht haben, noch mehr Privatsphäre.



»SUPER BOWL DES TOURISMUS«

Die internationale Tourismusbranche traf sich vom 15. bis zum 17. Mai in Albertas Hauptstadt Edmonton zur Reisemesse Rendez-vous Canada 2024.

Text: Iris Quirin

Nach drei Messetagen schloss die diesjährige RVC erfolgreich ab: Über 1.400 Fachbesucher aus aller Welt trafen sich vom 15. bis zum 17. Mai im Edmonton Convention Center. Sie führten 55.000 Einzelgespräche mit mehr als 900 Delegierten von 500 kanadischen Tourismusorganisationen. Drei Tage lang drehte sich alles um bewährte und neue touristische Ziele und Angebote in dem an Naturschönheiten schier unendlichen Land zwischen Pazifik und Atlantik. Die geschätzten wirtschaftlichen Auswirkungen der diesjährigen RVC in Edmonton belaufen sich auf rund 5,3 Millionen US-Dollar. Die Tourismusministerin Soraya Martinez Ferrada bezeichnete die RVC auf der Pressekonferenz am Donnerstag begeistert als „Super Bowl

des Tourismus“. Keine Frage: Der Tourismus ist ein wichtiger Wirtschaftsmotor in Kanada. Jeder zehnte Arbeitsplatz ist von ihm abhängig, wobei es sich um ge-



FRAGERUNDE: (v.l.n.r.) Marsha Walden, Präsidentin und CEO von Destination Canada, Tourismus-Ministerin Soraya Martinez Ferrada und Beth Potter, Präsidentin und CEO der Tourism Industry Association of Canada stellten sich den Fragen der Presse.

schätzte zwei Millionen Arbeitsplätze handelt. Im Jahr 2023 erwirtschaftete der Tourismus einen Umsatz von 113,4 Milliarden US-Dollar, das sind 108 Prozent des Vor-Pandemie-Niveaus von 2019.

Tourismus-Strategie bis 2030
Ziel ist es jedoch, bis 2030 den Jahresumsatz von den für 2024 erwarteten 140 Milliarden US-Dollar auf 160 Milliarden US-Dollar zu steigern. Das sind 450 Millionen US-Dollar pro Tag verglichen mit den derzeit 300 Millionen. Diese Steigerung sieht die Tourismus-Strategie namens „A World of Opportunity“ vor, die Marsha Walden, Präsidentin und CEO von Destination Canada, auf der Pressekonferenz am Donnerstag vorstellte. Mit der neuen Strategie soll Kanadas Tourismus-

Fotos: Destination Canada

branche wirtschaftlich widerstandsfähig gemacht und das Land wieder unter die Top-7-Reiseziele der Welt befördern werden. Aktueller Platz: Nummer 13. „Kanada ist eine Tourismus-Supermacht – weil wir das haben, was die Welt will“, zeigte sich Martinez Ferrada zuversichtlich. „Die ‚A World of Opportunity‘-Strategie von Destination Canada wird unserem Tourismussektor helfen.“
Die Ziele sollen mit einer Reihe von Maßnahmen erreicht werden: So will sich Kanada als Ganzjahresdestination etablieren, mehr in Nachhaltigkeit und in die Gewinnung von Fachkräften investieren und die lokale Tourismuswirtschaft stärken.
Die Saisonverlängerung sehen deutsche Veranstalter indes als „Herausforderung“, da bereits jetzt

an die Hotspots die Ressourcen knapp seien. Last, but not least soll auch die Technik zur Umsetzung der Strategie 2030 beitragen: Damit alle von den Möglichkeiten der Künstlichen Intelligenz (KI) profitieren können, hat Destination Canada die auf KI basierte Plattform „Canadian Tourism Data Collective“ entwickelt. Die Plattform nutzt Daten und KI, um Erkenntnisse und Analysen zu entwickeln. Darauf können alle zugreifen und ihre Planungen an die Trends und Ergebnisse für mehr Umsätze und eine bessere Auslastung anpassen.
Mehr von der diesjährigen RVC im kommenden TRVL Counter Quarterly. Gastgeber der RVC 2025 ist Winnipeg/Manitoba. ↗
→ <https://rendezvouscanada.ca>



HINWEIS
MÉTIS CROSSING
Am North Saskatchewan River entstand 2017 das erste kulturelle Informationszentrum der Métis Nation in Alberta. 2022 eröffnete die von Métis betriebene Lodge samt Wildpark. TRVL Counter war vor Ort. Mehr dazu im kommenden September-Quarterly.

→ <https://metiscrossing.com>

Anzeige



Garantiert Gebeco – unsere Fernreisen 2025 sind ab sofort buchbar!

Noch einfacher und smarter im neuen Mein Gebeco Agenturlogin buchbar: gebeco.de/anmelden

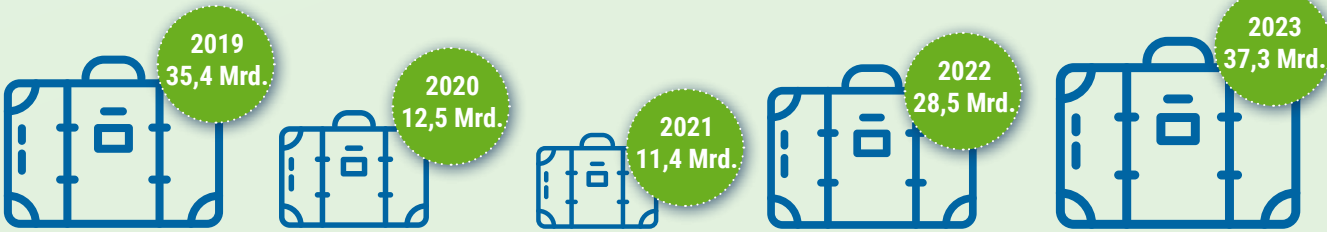
Back to Normal

Nach den Einbruch des touristischen Marktes in den Jahren der Pandemie sind die Umsätze der Veranstalter wieder deutlich gestiegen

Dass die Deutschen gerne reisen, erkennt man nicht nur an den Umsatzzahlen der Reiseveranstalter, sondern auch an den 65 Millionen Urlaubsreisen, die länger als fünf Tage dauern. Vier Fünftel davon führen ins Ausland, nur rund ein Fünftel der Bundesbürger macht Urlaub im Land.

Nimmt man Westeuropa und das Mittelmeer zusammen, verbringen etwa 55 Prozent der Deutschen ihren Urlaub in der Mittelmeerregion und Umgebung. Nur 9,3 Prozent buchen eine Fernreise. Dennoch: Insgesamt weisen Fernreisen für 2024 ein Umsatzplus von 31 Prozent zum Vorjahr auf. ⚓

UMSATZENTWICKLUNG DER REISEVERANSTALTER IN DEUTSCHLAND



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

DIE URLAUBSZIELE DER DEUTSCHEN WELTWEIT

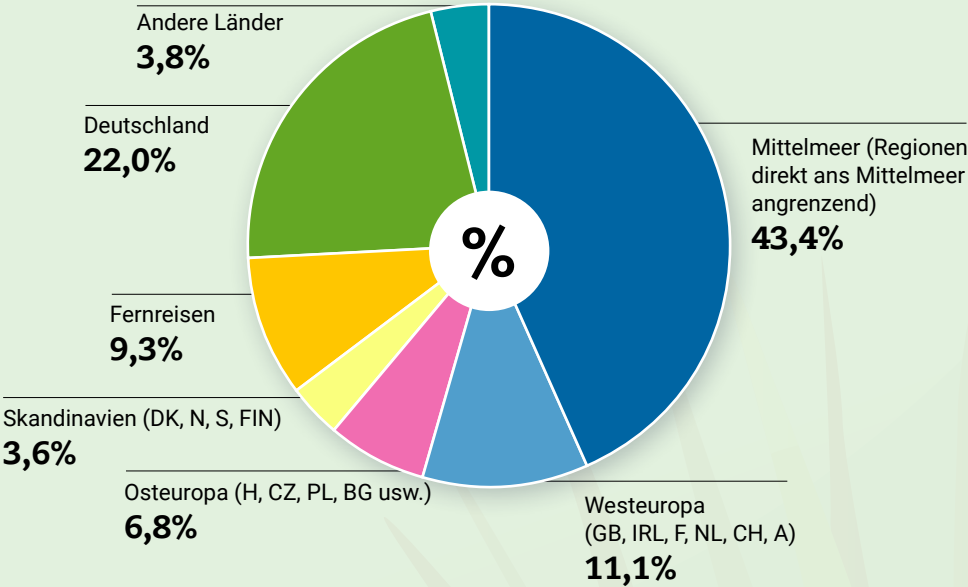
Anzahl der Urlaubsreisen ab fünf Tagen Dauer 2023



65 Mio.
lange Urlaubsreisen
der Deutschen

78,0%
davon Ausland

22,0%
davon Deutschland



Quelle: Reiseanalyse 2024

Illustrationen: iStock, TRVL Counter

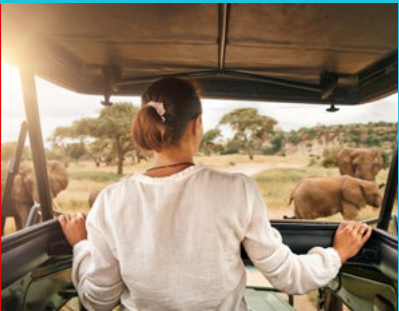
TRVL COUNTER

VORSCHAU HERBSTAUSGABE



THEMEN-SCHWERPUNKTE: ERSCHEINUNG ENDE SEPTEMBER 2024

TRAUMREISEN OSTAFRIKA



Kenia, Tansania, Uganda und Äthiopien: Diese vier Länder Afrikas bieten eine enorme Vielfalt an Erlebnistouren. Eine Rundreise mit den Big Five, neue Lodges und Touren sowie UNESCO-Weltkulturstätten, die über 1.000 Jahre alt sind.

EXPEDITIONS- KREUZFAHRTEN



Auf den Spuren der Entdecker: Neue Expeditionsschiffe verbinden Komfort mit Entdeckerlust in entlegene Teile der Welt. Ein Überblick, welche Routen und Schiffe 2025 geplant sind und was Reisebüros als Highlights anbieten können.

COUNTER-DOSSIER LUXUSREISEN



Das neue Dossier Luxusreisen: Luxus zu verkaufen ist lukrativ, aber beratungsintensiv. Wie Reisebüros ihre Expertise einsetzen, was sie beachten müssen und warum weniger mehr ist. Inklusive Expertentipps.



TRVL COUNTER
WIR SEHEN REISEN MIT ANDEREN AUGEN

D

Das Meer strahlt in allen Farbtönen – von Himmelblau und Türkisgrün bis zu tiefem Dunkelblau. Wasser ist das vorherrschende Element der Malediven. Je weiter von der Inselhauptstadt Malé entfernt, um so sichtbarer wird dies. Immer wieder überfliegt unsere Propellermaschine während der 30 Minuten nach Finolhu kleine runde, ovale oder auch längliche Inseln, hineingesprengelt in den Indischen Ozean wie kleine Farbtupfer. Im Anflug sehe ich die neue Baustelle des .Here, das neue Ultraluxus-Projekt der Seaside Collection (siehe Seite 48/49). Dann setzen die Kufen des Wasserfliegers auf und ziehen Gischtsuren bis zum Landesteg von Finolhu.

Palmengesäumte Sandstrände, Durchschnittstemperaturen von 30 Grad und sich treiben lassen im badewannenwarmen Wasser, umsorgt vom aufmerksamen Personal: Eine Reise auf die Malediven ist bestimmt nicht nur für mich ein Traumurlaub. Der Inselstaat besteht aus rund 1.200 Korallen-Inseln. Neben etwa 220 Inseln, auf denen die großteils muslimische Bevölkerung lebt, gibt es etwa 180 reine Hotelinseln. Tendenz steigend.

Europäische Hotelphilosophie

Finolhu allerdings ist das einzige Hotel in deutschem Besitz. 2019 wurde das ehemalige Amilla Finolhu von den Gerlach-Geschwistern Gregor und Anouchka übernommen. Sie gestalteten es zu einem Fünf-Sterne-Design-Hotel mit europäisch geprägter Hotelphilosophie um. Neben der Größe ist die intensive Farbgestaltung im Resort ein Eyecatcher. Sattes Grün, Sonnen-gelb, Orangerot und zahlreiche Blauschattierungen prägen die 125 Strand- und Wasserservillen. „Viele Resorts auf den Malediven sind eher dunkel gestaltet“, erklärt Seaside-Chef Gregor Gerlach. „Unsere Designerin Inge Moore von Muza Lab hat schon früh gemeint, dass für sie dieser asiatische Stil wenig auf eine Urlaubsinsel passt.“

Hanseatische Inselparadiese

— EIN ATOLL WIE EIN HUFEISEN:
Die rund zwei Kilometer lange Sandbank von Finolhu (oben) ist die längste natürliche Landzunge einer Hotelinsel auf den Malediven.

Im Baa Atoll baut die Seaside Collection derzeit das .Here, ein Ultraluxus-Projekt, das zum Jahresende eröffnen soll. Vor fünf Jahren expandierten die Hamburger Hoteliers Gerlach mit dem benachbarten Fünf-Sterne-Resort Finolhu erstmals in ein Fernreiseziel. TRVL Counter-Reporterin Simone Spohr besuchte die Malediven-Insel.

Text Simone Spohr



Fotos: Seaside Collection

Moore habe deshalb Formen und Materialien aus der Inselumgebung mit fröhlichen Farben verbunden. „Ziel ist es, gleichzeitig Abwechslung und Lebensfreude zu vermitteln“, sagt Gerlach.

Lebensfreude kommt nicht nur durch die peppigen Farben. Klare Linien und minimalistische Eleganz bestimmen die Inneneinrichtung der Villen: Vom japanischen Wasserkocher über die Espressomaschine bis zur Seife mit Seaside-eigenem Duft fehlt trotz Minimalismus rein gar nichts in diesem Urlaubszuhause. Hier funktioniert Abschalten bereits ab Tag eins.

Multikulturelle Perspektiven

Damit alles wie von Zauberhand funktioniert, braucht es viele fleißige Hände auf Finolhu. Etwa 350 Angestellte aus 20 Nationen sorgen für das Wohl der Urlauber. „Unsere Gäste kommen zur Zeit hauptsächlich aus Großbritannien, den USA und Deutschland“, sagt Generalmanager Steve Phillips. Der Brite lenkt seit Frühling 2023 das Geschick des Resorts. „Mittelfristig wollen wir eine stärkere internationale Mischung und noch mehr Gäste aus Russland, China und dem Mittleren Osten anlocken“, so Phillips. Sie seien unter anderem auch eine Klientel für den Ultraluxus im .Here-Resort.

„Ein unglaublich wichtiger Faktor ist das Training des Personals“, sagt Phillips. Die Zufriedenheit der Mitarbeiter und das Zusammenschweißen als Team ist daher eine seiner wichtigsten Aufgaben. Dazu zählt auch die Privatsphäre auf der kleinen Insel. So sind die Personalwohnungen hinter meterhohen Palmbblätterzäunen vor den Blicken der Gäste geschützt.

Die Mitarbeiter kommen auch in den Genuss von Neuheiten, etwa den Satelliten-Internetzugang Starlink. „Wie bei jedem neuen System gibt es einige Kinderkrankheiten. Hier dienen unsere Mitarbeiter manchmal als Versuchskaninchen“, sagt Seaside-Chef Gerlach. „Sobald das System stabil läuft, können auch die Gäste den schnellen Internetzugang nutzen.“ Bis zur Eröffnung von .Here wird das Angebot einwandfrei laufen, ist er sicher. ⚓

HINWEIS ZUM ARTIKEL

Die Recherchereise für diesen Beitrag wurde von Seaside Collection in Hamburg unterstützt. Der Bericht ist unabhängig recherchiert und verfasst worden.



Stil-Ikone: Finolhu ist eins von derzeit zwei Malediven-Resorts bei der Kooperation der Design Hotels.



GLANZVOLLER TRANSFER: Vor allem Gäste der beiden Rockstar-Villen am Stegende genießen eine stilvolle Fahrt in den champagnerfarbenen Buggys.



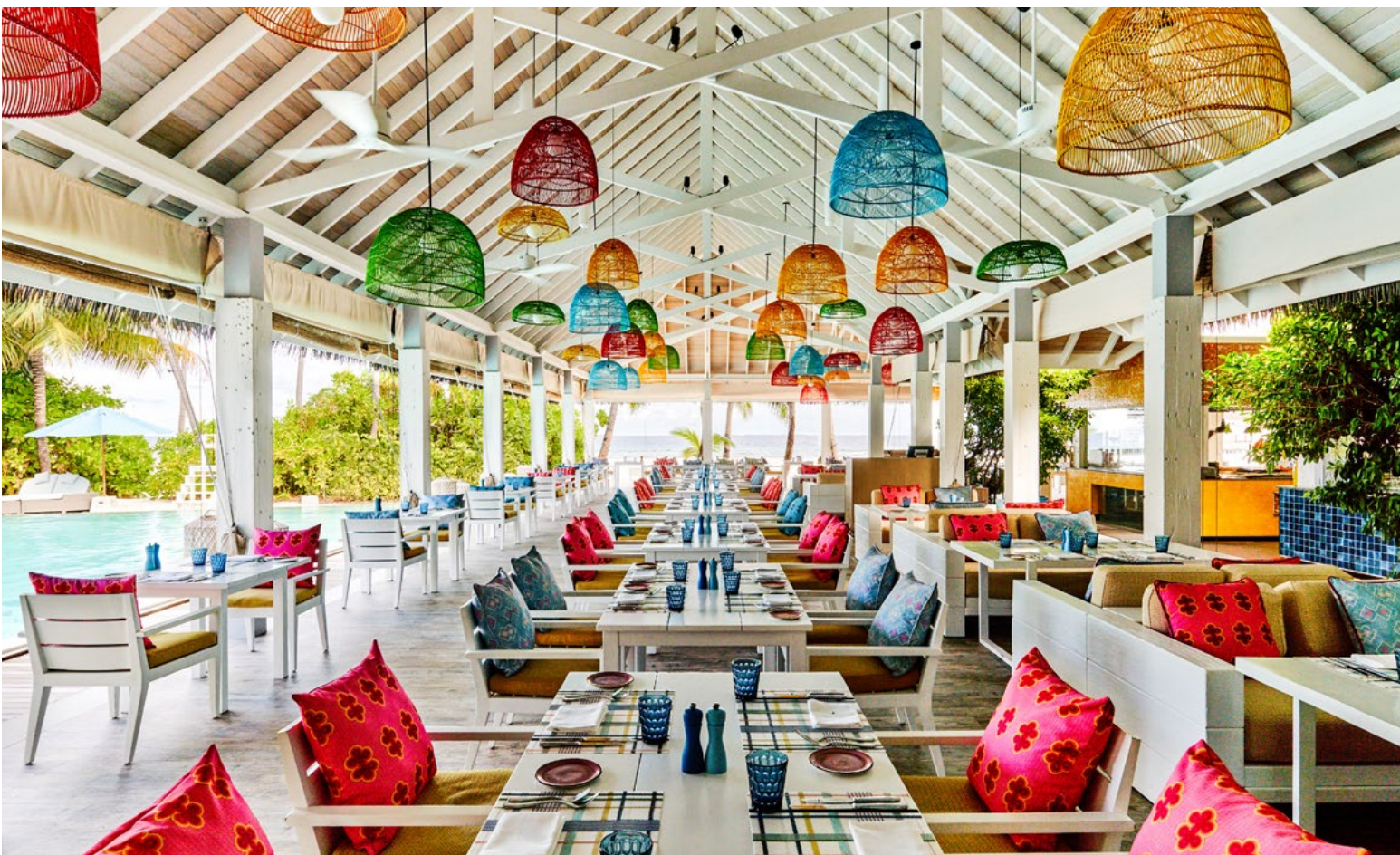
FÜSSE IM SAND: 20 Minuten Barfußspaziergang führen zum Crab Shack. Hier dreht sich alles um Kulinarik aus dem Meer.

FIT IM JOB: Generalmanager Steve Phillips ist bei Dienstfahrten auf der Insel per Rad unterwegs.



SUSHI MIT MEERESBRISSE: Im Fine Dining-Restaurant Kanusan werden auf der Holzveranda oder im klimatisierten gläsernen Innenraum erstklassige japanische Speisen serviert.

Fotos: Seaside Collection und Simone Spohr für TRVL Counter



KULINARIK-HOTSPOT:

Im Hauptrestaurant Beach Kitchen (oben) werden von früh bis spät internationale Buffets und abends auch ländertypische Spezialitäten angeboten.

LANGeweile AdÉ: Ob in der Art Bar (links), im 24/7-Gym oder auf dem Tennisplatz mit Personal Trainer, im Yoga Pavillon oder im Fehi Spa, Abwechslung macht die Tage bunt.

SELBSTGEMACHT:

Beim Sushi-Kurs im japanischen Restaurant (unten links) kommt auch der Fisch vom morgendlichen Hochseeangeln auf den Tisch.

MILCHSTRASSE IM BLICK:

Ein privates Barbecue und ein Frühstück am Strand gehören für die Gäste dazu, die eine Extra-Übernachtung in den Bubbles buchen (unten).

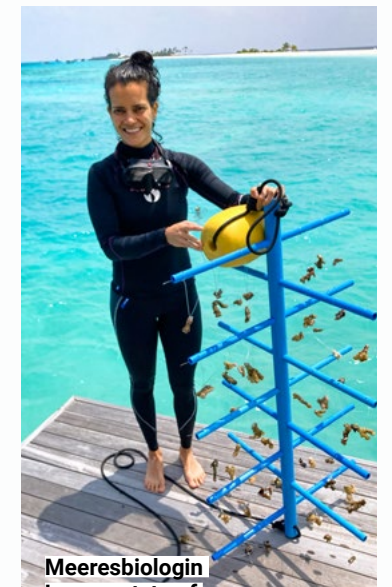


Professionelle Korallenpflege

Die Malediven, die weitgehend aus Korallenriffen bestehen, gehören zu den empfindlichsten Ökosystemen der Welt. Der Klimawandel inklusive steigender Wassertemperaturen gefährdet die Atolle, die oft nur wenig über dem Meeresspiegel liegen. Korallenschutz ist daher auf Dauer überlebenswichtig. Der Korallenschutz bleibt aber der Interpretation jedes Resorts überlassen. Seaside Collection nimmt ihn – wie viele Highend-Resorts – ernst. Denn neben der bunten Korallenwelt als Touristenmagnet sind lebendige Korallen vor allem Wellenbrecher für die Inseln. Seit Mitte 2023 arbeitet Meeresbiologin Laura Ulloa Restrepo bereits als zweite Frau auf dieser Position auf

Finolhu. Sie nutzt Korallenbäume zur Anzucht von neuen Korallen. Ihr Ziel für dieses Jahr: „Ich möchte die Fragmente von 100 Korallenbäumen ins Riffskelett einpflanzen.“ Sie hofft, dass dann viele der Fragmente wieder zu bunten Korallen heranwachsen.

Gäste können helfen, die Korallenbäume zu bestücken. „Dunkle und farbige Korallenstücke sind gesund“, erklärt uns die Meeresbiologin und fischt mehrere Stücke aus dem Eimer mit Meerwasser. Ist das blaue Gestell komplett, wird es ganz schnell im Meer zwischengelagert. Wenige Minuten später sind die heute bestückten Bäume schon per Boot zur Anzuchtstation unterwegs.



Meeresbiologin
Laura setzt auf
Korallenbäume zur
Anzucht.



Mülltrennung wird
auch den Gästen
leicht gemacht.

Die Umwelt berücksichtigen

Nicht nur beim Schutz der Korallen spielt das Umweltthema auf Finolhu eine Rolle. Mit einer eigenen Anlage wird das Meerwasser zu Trink-, Dusch- oder Gießwasser aufbereitet. In der Küche wird mit Kräutern aus dem eigenen Garten gewürzt, Meeresfrüchte

und Fisch kommen möglichst aus heimischen Gewässern, und Gemüse wird großteils auf Nachbarinseln angebaut und eingekauft. Möglichst noch in diesem Jahr sollen auf den Dächern der Mitarbeiterunterkünfte Solarpaneele angebracht werden.

Private Lounge am Wasserflughafen

Am Velana International Airport heißt es erstmals „Willkommen auf den Malediven“. Im privaten Shuttle geht es dann weiter zum Wasserflughafen. Seit 2022 ist dies für Finolhu-Gäste ein komfortabler Zwischenstopp bis zum Weiterflug ins Baa Atoll. In der klimatisierten, privaten Finolhu-Lounge erwartet sie ein Buffet mit Köstlichkeiten und Kaffeeauswahl, eine Dusche sowie ein Logenplatz auf dem Balkon mit Blick auf die startenden und landenden Wasserflieger.



Die klimatisierte
Finolhu-Lounge bietet
Erfrischungen nach und
vor dem Übersee-Flug.

Fotos: Seaside Collection und Simone Spohr für TRVL Counter

Ultraluxus auf zwei Privatinseeln

Ende 2024 soll auf den Malediven das Resort .Here der Seaside Collection eröffnen. In diesen neun Villen im Baa Atoll sollen sich gut betuchte internationale Gäste wohl fühlen und jeden Wunsch erfüllt bekommen.

Text Simone Spohr

Großzügigkeit, Eleganz, Exklusivität – damit will .Here als neue Ultraluxus-Linie der Seaside Collection punkten. Investitionssumme: 50 Millionen US-Dollar. Die ersten der neun Villen auf zwei Inseln sollen Ende 2024 eröffnen. Finolhu, das Fünf-Sterne-Resort von Seaside, liegt in Sichtweite. Während der Bauphase sind beide Anlagen über eine provisorische Brücke verbunden, die aber nach Bauende entfernt wird.

„Wir wollen mit .Here internationale Gäste ansprechen, die über das entsprechende Geld verfügen, dieses aber statt für ein eigenes Ferienhaus oder eine eigene Yacht lieber für ein gleichwertiges Produkt als Rundum-sorglos-Paket ausgeben wollen“, sagt Seaside-Inhaber Gregor Gerlach.

Die größten Villen auf Finolhu sind 560 Quadratmeter groß. Das wird im neuen .Here-Resort klar getoppt: Mit 1.117 bis 1.396 Quadratmetern und jeweils drei oder vier Schlafzimmern bieten die sieben Villen auf Insel 3 viel Platz für Familien oder Reisende mit Personal. Jede der zweistöckigen Villen hat einen eigenen Steg und Liegeplatz, außerdem auf viereinhalb Metern Höhe einen eigenen Pool.

„Die Insel 4 bietet mit einer kleineren und einer größeren Villa und einer Gesamtwohnfläche von 3.000 Quadratmetern noch einmal eine Steigerung“, so Gerlach. Auf beiden Inseln gibt es ein eigenes Restaurant, eine Lounge, ein Spa und ein Fitness- und Wellnesscenter. Speziell ausgebildetes Personal wie Butler, Privatkoch oder Personal Trainer sorgen für das Wohl der Gäste. ⚓



BADEZIMMER IM FREIEN: Mit edlem Marmor und Hölzern sind die Badezimmer ausgestattet, inklusive Regenbrausen im Freien. Mit 1.117 bis 1.396 Quadratmetern bieten die sieben Villen auf Insel 3 viel Platz für Familien oder Reisende mit Personal.



FEUERPLATZ: Den Sonnenuntergang und Cocktails können Gäste unter freiem Himmel mit Lagerfeuer-Atmosphäre genießen.



NATURDESIGN: Bei der Innenausstattung setzt Seaside wie schon bei der Finolhu-Umgestaltung auf das Studio Munza Lab. Konsequenterweise setzen die Londoner auf die Verwendung von Hölzern, Stein, Marmor und edlen Stoffen in den Schlafzimmern (oben), im Wohnbereich, auf der Terrasse und auch in den öffentlichen Bereichen wie Lounge und Bar (unten). Eingebettet in das UNESCO-Biosphären-Reservat des Baa Atolls hat ein Architekturbüro aus Singapur die Villen vor üppigem Tropengrün platziert.



PRIVATER ANLEGER: Zu den Besonderheiten jeder Villa gehört der private Pool auf der ersten Etage und ein eigener Bootsanleger.



BAR MIT MEERBLICK: Neben Meeresblau und Koralle orientieren sich die Farben des Designs an der auf- und untergehenden Sonne und dem Gelb der Sterne.

INTERVIEW

Finesse statt Prunk

Im Baa Atoll wird fleißig gezimmert und gebaut. Ende 2024 soll hier das Resort .Here eröffnen. Als neues Ultraluxus-Produkt sollen neun Villen auf zwei Inseln das Portfolio der Seaside Collection ergänzen. Bisher ist das Hamburger Unternehmen auf den Malediven mit dem Fünf-Sterne-Resort Finolhu vertreten. TRVL Counter-Reporterin Simone Spohr hat sich vor Ort umgeschaut und sprach mit Seaside-Chef Gregor Gerlach über Expansionspläne, Ultraluxus und warum Reisebüros wichtige Partner sind.

Interview Simone Spohr



GREGOR GERLACH

Gregor und Anouchka Gerlach sind als Kinder von Hotelier-Legende Theo Gerlach mit Hotelthemen aufgewachsen. Heute leiten sie die Firma gemeinsam.

Bis zum Erwerb von Finolhu auf den Malediven verfügte die Seaside-Hotelgruppe über zehn Häuser in Spanien und in Deutschland. Wann ist Seaside mit dem ersten Haus gestartet? Das erste Haus war das Palm Beach auf Gran Canaria, das unser Vater 1974 gebaut und eröffnet hat. Sämtliche Häuser der Seaside Collection sind im Eigenbesitz.

Seaside ist 2019 mit dem ehemaligen Amilla Finolhu auf den Malediven erstmals in eine Fernreise-Destination expandiert. Warum? Wir haben uns überlegt, ein zusätzliches Ziel neben Deutschland und Spanien zu suchen. Es sollte ein touristisches Hotel sein und seine Hauptsaison in unserem Winter haben. Und es sollte hauptsächlich über Veranstalter beziehungsweise Reisebüros vertrieben werden. Und natürlich sollte die Destination so besonders sein, dass sich auch ein längerer Flug lohnt. Als ich dann das erste Mal auf die Malediven kam, habe ich mich sofort schockverliebt.

Als Sinnbild für Finolhu steht ein Kaleidoskop, das auch auf den Zimmerkarten eingeprägt ist. Was steckt dahinter? Die Idee ist, gleichzeitig Lebensfreude und Abwechslung zu vermitteln, wie in einem Kaleidoskop. Denn das Wort bedeutet so viel wie „schöne Formen sehen und erleben“.

Fotos: Seaside Collection



Ende 2024 sollen die ersten Villen von .Here, dem neuen Ultraluxus-Resort, eröffnet werden. Welche Kunden wollen Sie damit erreichen? Wir wollen mit .Here weltweit Gäste ansprechen, die über das entsprechende Geld verfügen, dieses aber statt für ein eigenes Ferienhaus oder eine eigene Yacht lieber für ein gleichwertiges Produkt als Rundum-sorglos-Paket nutzen wollen.

.Here wird sich über zwei Inseln ausdehnen. Wie unterscheiden sie sich? Auf Insel 3 werden sieben Villen gebaut, auf Insel 4 eine große Villa sowie eine etwas kleinere Villa. Insgesamt umfasst die Anlage also neun Villen. Die Insel 3 wird preislich den Suiten von anderen Inseln entsprechen, Insel 4 soll mit nur zwei Villen noch einmal eine Steigerung sein und exklusiv buchbar sein.

Sind Sie für die Seaside Collection mittelfristig auf der Suche nach weiteren Objekten in Europa oder anderswo? Aktuell sind wir dabei, uns mit Riverside Luxury Cruises ein sehr spannendes und großes neues Geschäftsfeld aufzubauen. Riverside steht für Luxus-Flusskreuzfahrten, wie es sie bisher noch nicht gab. Insofern sind wir damit erst einmal ziemlich beschäftigt und haben aktuell keine neuen Hotelprojektpläne. Im Übrigen sind wir als Familienunternehmen auch nicht getrieben

von strategischen Plänen oder fremden Investoren, sondern können ohne Eile wachsen, wenn sich echte Opportunitäten ergeben.

Welche Bedeutung haben Reisebüros für den Verkauf Ihrer Luxusprodukte? Für uns sind die Reisebüros seit jeher extrem wichtig. Wir sind davon überzeugt, dass man Luxusprodukte nicht online verkaufen kann. Die Reisebüros nehmen eine sehr wichtige Beratungsfunktion für unsere Gäste wahr. Dementsprechend lassen wir uns immer wieder kleinere und größere Aktionen für unsere Partner einfallen. Es gibt auch den Sunshine Club für Reisebüromitarbeiter. Clubmitglieder können Punkte für gebuchte Übernachtungen sammeln. Die Anzahl der Punkte richtet sich nach den gebuchten Hotels. Die Sunshine-Punkte können dann für Übernachtungen oder andere Prämien eingelöst werden.

Danke fürs Gespräch! 🍷

→ <https://www.seaside-collection.com/>



Als Familienunternehmen können wir ohne Eile wachsen, wenn sich echte Opportunitäten ergeben.



GRAND KADOOMENT DAY Am 5. August werden wie jedes Jahr 15.000 Nachtschwärmer durch die Straßen von St. Michael ziehen und zu Calypso-Hits und bunten Kostümen Karneval auf der Insel feiern.



PEBBLES BEACH: Direkt am Radisson Aquatica Hotel kommen die Pferdepfleger bei Sonnenaufgang mit ihren Rennpferden her, um sie am Strand zu baden und zu trainieren.



TRVL COUNTER UND EXPIPOINT begleiten zwei Reisebüro-Gruppen aus Deutschland, die auf der FAM-Reise Anfang April zu richtigen Barbados-Fans wurden. Das Foto zeigt die zweite zwölfköpfige Gruppe samt Gastgeberin Mieke Bozic von Barbados Tourism (ganz rechts) im Hilton Barbados Resort.

Foto: Barbados Tourism Authority // TRVL Counter // iStock

EIN TRAUM FÜR JEDEN: Die idyllischen Strände auf Barbados sind grundsätzlich für jedermann zugänglich und können von allen genutzt werden, egal wo man untergebracht ist. Es ist gesetzlich vorgeschrieben, dass Hotel- und Hausbesitzer, die direkt am Meer bauen, auch einen öffentlichen Zugang zum Strand schaffen müssen.

Barbados. Paradies. Gefunden.

Barbados ist die östlichste Insel der Inselkette der Kleinen Antillen und liegt im Atlantik. Anfang April hatte Barbados zwei Inforeisen für deutsche Reisebüromitarbeiter organisiert. TRVL Counter hat die zweite Gruppe mit zwölf Reiseprofis und Europa-Verteterin Mieke Bozic begleitet.

Text Alexandre Jouravel

V

Viele Menschen kennen die Karibikinsel Barbados erst durch die neunfache Grammy-Preisträgerin Rihanna, die dort geboren und aufgewachsen ist. 2021 wurde die Sängerin offiziell zur Nationalheldin ernannt.

Für angelsächsische Sportfans dürfte Sir Garfield Sobers ein Name sein: Er gilt als einer der fünf besten Cricketspieler aller Zeiten. Ihm zu Ehren steht eine Statue vor dem Eingangstor von Kensington Oval, dem berühmten Cricketplatz in Barbados.

Die kleine Insel hat also weltberühmte Persönlichkeiten hervorgebracht, darüber sind die „Bajans“ besonders stolz. Mit einer Fläche von rund 430 Kilometern ist Barbados nur so groß wie Bremen. Sie zählt zu den Kleinen Antillen und liegt nordöstlich von Venezuela.

Seit Jahrhunderten spielt Barbados eine wichtige Rolle in der Karibik. Denn so schön und traumhaft sie heute ist, hat die Insel eine düstere und bedrückende Ver-

gangenheit. Einst von den Portugiesen 1536 entdeckt, wurde Barbados 1625 von den Briten annektiert und in den Folgejahren als wichtiger Stützpunkt für den Sklavenhandel insbesondere für die britischen Kolonien in Nordamerika ausgebaut. So wurde die Insel mit ihrer Hauptstadt Bridgetown schnell zu einem wichtigen Umschlagplatz für den Handel mit verschleppten Menschen vor allem aus Westafrika, die zur Arbeit auf den Zuckerrohrplantagen gezwungen wurden. Erst 1966 wurde Barbados unabhängig. Seit dem 30. November 2021 ist sie eine Republik mit Staatspräsidentin Sandra Mason.

Urlauber und Gäste auf Barbados sind heute beeindruckt von der landschaftlichen Vielfalt und von der großen Herzlichkeit der Bajans. Es gibt außerdem eine Vielzahl von unterschiedlichen Unterkünften



DIREKTFLÜGE
DER CONDOR

Condor bringt Gäste aus Deutschland in der Hauptsaison von November bis April aus Frankfurt mit einem kurzen Zwischenstopp auf Tobago nach Barbados. Der Rückflug ist nonstop. In der Nebensaison fliegt man etwa mit BA via London.

auf der Insel: Sie reichen vom einfachen bis hin zum exklusiven Luxushotel. Die meisten Unterkünfte befinden sich an der Südküste und an der Westküste. Im Süden gibt es ein ausgeprägteres Nachtleben während es im Westen mehr idyllische Strände und viele Luxushotels gibt.

Wichtig für Urlauber: Barbados liegt im Einzugsbereich der atlantischen Tropenstürme, wo gewöhnlich zwischen Juni und Ende November die Hurrikansaison herrscht. Der letzte schwere Sturm war jedoch vor 70 Jahren, die Insel bleibt weitgehend verschont. Barbados bietet einen der größten Kreuzfahrt-Terminals der Welt, wo täglich mehr als 10.000 Passagiere in den Hafen kommen. Die verkehrsreichsten Zeiten sind von November bis Mai. ⚓

→ <https://www.visitbarbados.org/de/>



Ein Katamaran-Ausflug – etwa von Tiami Catamaran Cruises – gehört auf der Insel zum Pflichtprogramm. Schnorcheln mit Schildkröten im paradiesischen Türkiswasser, tauchen zum Schiffswrack, an dem Fische, Seepferdchen, Tintenfische, Rochen und vieles mehr leben, ist ein Erlebnis schlechthin.

ALL-INCLUSIVE-RESORTS,
von klein und fein bis groß und größer



Hilton Barbados Resort

TRAUMLAGE: In Bridgetowns Saint Michael gelegen, gilt das Hilton als eines der größten Anlagen auf der Insel mit zwei eigenen Strandzugängen und einem eigenen Convention Center.



DIVI Southwinds Beach Resorts

PARKANLAGE: Das Haupthaus des Resorts in St. Lawrence Gap liegt nicht am Strand, sondern in einer Parkanlage samt Pools, Tennis-, und Mini-Golf-Plätzen. Das Beachfront-Restaurant liegt am Dover Beach.



Wyndham Grand Sam Lords Castle Resort

MEERBLICK: Das neue All-Inclusive Wyndham Grand liegt auf einer kleinen Erhöhung und bietet einen unverstellten Blick auf die Karibik. Nebenan befindet sich eine historische Burg aus dem 19. Jahrhundert.



The Sands Barbados

BEACHFRONT RESORT: Wer keine Fünf-Sterne-Anlage braucht, ist mit diesem All-Inclusive-Resort direkt am Strand sehr gut bedient. Vom Garden Studio über Suiten bis zum Penthouse gibt es genug Zimmerauswahl.

Foto: Barbados Tourism Authority // TRVL Counter // iStock // 7 The Sands Barbados // Wyndham Grand Sam Lords Resort // Hilton Barbados // DIVI Southwinds Beach



Eine spannende, guided Tour über die Insel mit Offroad-Jeeps von Island Safari führt die Teilnehmer auf eine Entdeckungsrunde durch üppige Zuckerrohrfelder, über die elitären Golfclubs von Sandy Lane bis zum bekanntesten Instagram-Hotspot Bathsheba.



Bei einem Zwischenstopp im Coco Hill Forest, können Teilnehmer im Rahmen eines Agrotourismus-Projektes Kokospalmen pflanzen und erfahren mehr über das einzigartige Ökosystem der Insel.



Ein kleine Auszeit im Schatten zwischen vielen Hotel-Inspektionen am angesagten Cuz's Fish Shack am Pebbles Beach.



SCHMECKT!
Die delikaten Fish Cakes von Creig waren einfach aus einer anderen Welt.



KLEINER KOCHKURS:
Wer die Landesspezialitäten intensiver und exklusiver erleben möchte, kann einen Kochkurs buchen. Wir waren begeistert von Chef Creig Greenidge, einem preisgekrönten Entertainer, der sich nicht nur in seinem Kochstudio in Christ Church wohl fühlt.



FACHKUNDIGE BERATUNG: Mieke Bozic von Barbados Tourism gibt TRVL Counter ein Interview für Social Media und erzählt von ihren mittlerweile fünf YouTube- Folgen, die den Reisevertrieb und jeden Barbados-Interessenten fachkundig informieren.



BARBADOS-VIDEOS:
Folge eins der fünfteiligen Serie auf YouTube für alle Barbados-Interessierte.



Einheimische sind nicht nur gebildet und easy-going, sondern auch hilfreich und zugänglich.



Sharon von der „Lickrish“-Foodtour führt uns in die Geschichte und Esskultur der Insel ein. Sie hat dieselbe Schule wie die Weltstar Rihanna besucht, was die Tour noch spannender macht.



Hotel-Tour mit Candra Rollins, Front Desk Manager, DIVI Southwinds Beach Resort.



An der Poolbar von The SOCO Hotel wird Rum Punch gemixt, mit Mount Gay Rum natürlich.



Die Bajans

Das Land hat fast 300.000 Einwohner, liebevoll „Bajans“ genannt. In Barbados gibt es weltweit fast die meisten Hundertjährigen pro Einwohnerzahl – und das zeigt, dass eine ausgewogene Ernährung und fürsorgliche Gemeinschaften zu einem erfüllten und langen Leben beitragen. Der kostenfreie Zugang zum Bildungs- und Gesundheitssystem unterscheidet Barbados von vielen Nachbarsstaaten der Karibik. Mit Stolz tragen sie ihre Uniform, wenn sie in der Touristik arbeiten.



Jacqueline, Operations Support Assistant, Waves Hotel & Spa



Hotel-Tour in Bougainvillea Barbados mit Tracy, Reservations & Sales Managerin



Im Coconut Court Beach Hotel gab es einen leckeren Punch-Empfang.

Vielfalt zwischen schwarzen Bergen und blauem Meer

Majestätische Gebirge mit tiefen Schluchten, blaues Meer vor grünen Bergen, klare Seen im Landesinneren, malerische Altstädte und dazu noch eine reiche Geschichte und kulinarische Highlights: Montenegros Schatzkiste hat für jeden Urlaubsgeschmack etwas zu bieten.

Text Iris Quirin

S

Guides, die uns in die Geschichte ihres Landes einführten, über Giselle (rechts) und Nemat vom Pony Art Garden, die uns mit ihren selbst angebauten Weinen, selbst gebrannten Schnäpsen und Likören, Wurst und Käse mit Breganize (Schmalzgebackenes) mit Honig verköstigten, über Jovan, dem betagten Hüter der gleichnamigen Kirche Sv. Jovan in Stari Bar bis zu Dijana, Tour Tasting Guide im Weingut Plantaže, die ihren Job als „den besten der Welt“ bezeichnet.



➔ weiter auf der nächsten Seite

Schwarz, blau, grün: Je nach Sonnenstand erscheinen die imposanten Berge Montenegros in einer anderen Farbe. Malerisch umrahmen sie die azurblaue Adria, die sofort Lust auf eine Sprung in Wasser macht. Doch der Balkanstaat, der mit seinen rund 14.000 Quadratkilometern fast so groß wie Schleswig-Holstein ist, hat weit mehr zu bieten als azurblaues Meer und schöne Badestrände. Davon konnte sich Mitte April eine Journalistengruppe auf Einladung der Nationalen Tourismusorganisation von Montenegro fünf Tage lang selbst ein Bild machen.

TRVL Counter fasst die Highlights nach Interessenschwerpunkten zusammen und gibt dem Land mit seinen lebenswürdigen Menschen ein Gesicht: von den versierten, Deutsch sprechenden Begleiterinnen und



GLETSCHERSEE UND SEGELREVIER: Der herzförmige Trnovačko jezero liegt an der Grenze zu Bosnien und Herzegowina. Bar ist ein beliebter Spot für Segler (unten).

GUT ZU WISSEN

- Montenegro wurde am 3. Juni 2006 unabhängig. Zuvor gehörte es ab 1920 zu Jugoslawien.
- Das Land grenzt im Westen an Kroatien, im Nordwesten an Bosnien und Herzegowina, im Nordosten an Serbien, im Osten an den Kosovo und im Südosten an Albanien.
- Von den rund 625.000 Einwohnern leben fast 193.000 in der Hauptstadt Podgorica.
- Montenegro hat zwei internationale Flughäfen: Podgorica und Tivat. Die Linienfluggesellschaft Air Montenegro wurde 2021 als Nachfolgesellschaft der Ende 2020 liquidierten Montenegro Airlines gegründet.
- Der Balkanstaat ist EU-Beitrittskandidat und hat bereits den Euro als offizielle Währung eingeführt.
- 1999 gab Montenegro wegen einer Inflationsrate von 128 Prozent den Dinar auf und führte die Deutsche Mark ein. Ein Kaffee mit leicht geschäumter Milch kostete damals eine DM, so hat sich bis heute der Begriff „Deutsch“ für einen solchen Kaffee gehalten.
- Die Tara-Schlucht gilt als tiefste Schlucht Europas und nach dem Grand Canyon als die zweittiefste der Welt.
- Der Skadar-See erstreckt sich vom Süden Montenegros bis zum Norden Albaniens und ist mit rund 550 Quadratkilometern der größte See auf dem Balkan.



Das Inselchen Sveti Stefan gilt mit seinem Luxushotel als Refugium für Promis, die Wert auf Privatsphäre legen.



Mit dem Boot gelangen die Besucher aus Deutschland von Portonovi zum Dinner im Hyatt Regency Kotor Bay Resort.

FÜR BADEURLAUBER

Montenegros Adriaküste misst an die 300 Kilometer von der kroatischen bis zur albanischen Grenze. In den bekanntesten Küstenstädten Budva und Kotor finden die Urlauber nicht nur kulturelle Sehenswürdigkeiten und Museen, sondern auch schöne Strände wie etwa den Slovenska Plaza und Jaz Beach. Ein Hotel in Strandlage vor den Toren der Altstadt von Budva ist etwa das moderne Hotel Avala Resort and Villas. Nahe Budva befindet sich das ehemalige Fischerdorf Sveti Stefan mit seinen roten

Sanddächern und antiken Steinhäusern auf einer Insel, die heute das bei Promis beliebte Luxusresort Aman Sveti Stefan beherbergt. Der Sveti Stefan-Strand ist auf einer Seite öffentlich zugänglich. In der Boka-Bucht entstand auf dem Gelände einer ehemaligen Kaserne das Luxusresort Portonovi mit Yachthafen und luxuriösen Suiten. Hier befindet sich auch das One & Only mit seiner Wellness-Oase „Chenot Espace“ zur Rundumerneuerung von Körper und Geist.

Fotos: Nationale Tourismusorganisation von Montenegro // Nebojsa-Atanackovic



PONY ART GARDEN: Einen spektakulären Blick auf das Meer und die Berge erhalten die Wanderer bei einer Rast auf der Halbinsel Luštica. Krendzt werden jede Menge Käse und Wurst, Obst, Weine und Liköre.



TARA-SCHLUCHT: Abenteuerlustige erkunden die tiefste Schlucht Europas auf einer Rafting-Tour.

FÜR OUTDOOR- UND NATUR-FANS

Kolašin bietet neben dem Ski-Angebot eine große Auswahl an Wanderwegen und dient als Ausgangspunkt für Ausflüge zum Biogradska Gora Nationalpark mit einem der wenigen verbliebenen Urwälder Europas und dem Gletscherrandsee Biogradsko jezero. Abenteuerlustige starten zu einer Wildwasserrafting-Tour auf dem Fluss Tara. Im Süden des Landes laden die stillgelegten, rund 1.500 Hektar großen Salinen im Buna-Delta bei Ulcinj zu Wander- und Radtouren ein und gelten als Paradies

für Vogel-Beobachter. Der Skadar-See lädt zu Boots- oder Kajakausflügen sowie Vogelbeobachtungen ein. Radler haben schöne Aussichten entlang der malerischen Küstenstraßen, fahren auf gemütlichen Radwegen durch traditionelle Dörfer oder powern sich auf anspruchsvollen Bergpfaden aus. Gemütlich ist der Abstieg für Wanderer nach einem Besuch des Pony Art Gardens mit Verköstigung auf der Halbinsel Luštica hinunter zum Hafen des Küstendorfs Rose.



Beliebt bei Wanderern jedes Fitness-Levels ist das Bjelasica-Gebirge in der Nähe von Kolašin.



PLANTAZE: Tour Tasting Guide Dijana Perisić führt die Besuchergruppe durch den riesigen unterirdischen Weinkeller und erklärt die angebauten Tropfen bei einer anschließenden Weinprobe.



BUDVA: Die mittelalterliche Altstadt lädt zum Bummel ein (links). Jelena Lopičić (oben) von der Tourismusorganisation Cetinje empfängt die Gruppe zu einem Rundgang durch die ehemalige Hauptstadt.



STARI BAR: Am Fuß des Rumija-Gebirges liegt die Ruinenstadt Stari Bar (links). Jovan hütet dort die kleine Kirche Sv. Jovan. Typische Vorspeise in Montenegro ist die Käse-Schinken-Platte mit Oliven (oben).

FÜR KULTURFANS

Stari Bar, das alte Bar, nur wenige Kilometer vom neuen Bar in den Bergen gelegen, wird auch als das „Pompeji Montenegros“ genannt. Doch ein Vulkanausbruch und anschließende Ausgrabungen sind nicht für die beschaulichen Ruinen verantwortlich, sondern ein Erdbeben. Seit 1979 ist die Ruinenstadt verlassen und fungiert als Freilichtmuseum. Unterhalb von Stari Bar steht der älteste – mit seinen 2.000 Jahren zumindest einer der ältes-

ten – Olivenbäume Europas. Wer dreimal um ihn herumläuft, dem soll das Glück folgen. Weiter südlich in Ulcinj soll der Legende nach Ende des 16. Jahrhunderts Miguel de Cervantes, der Autor von Don Quijote, Sklave gewesen sein. Davon zeugt dort noch ein Denkmal. In der Bucht von Kotor vor Perast können die beiden Inselchen Gospa od Škrpjela (Unsere liebe Frau vom Felsen) mit dem Marienaltar und Sveti Đorđe (Heiliger

Georg) mit dem Benediktinerkloster aus dem 12. Jahrhundert erkundet werden. Die Altstadt von Kotor, ein UNESCO-Weltkulturerbe, begeistert mit verwinkelten Gassen, historischen Plätzen und imposanten Stadtmauern. Im Landesinneren lädt Cetinje – die ehemalige Hauptstadt Montenegros am Fuß des Lovćen-Massivs – mit ihren Museen und Palästen zum Eintauchen in die Geschichte des Landes ein.

Fotos: Nationale Tourismusorganisation von Montenegro // Nebojsa-Atanackovic // TRVL COUNTER

FÜR WEINLIEBHABER

Rebsorten wie Vranac und Krstać werden rund um den Skadar-See und in Podgorica angebaut. Direkt neben dem Flughafen von Podgorica erstreckt sich das größte zusammenhängende Weingut Europas: Das montenegrinische Unternehmen 13.jul-Plantaze ist seit über einem halben Jahrhundert einer der größten Produzenten von

Trauben, Weinen und Traubenschnaps in Südosteuropa. Heutzutage produziert Plantaze jährlich rund 22 Millionen Kilo Trauben und verkauft mehr als 16 Millionen abgefüllte Produkte in über 40 Ländern. Ein außergewöhnlicher Ort für eine Weinprobe ist der Weinkeller von Šipčanić, ein 356 Meter langer Tunnel 30 Meter unter der Erde, der

einst als geheime Militärflugzeugkaverne diente. Hunderte Weinfässer lagern heute dort. Bei Gästen beliebt sind die Führungen inklusive Weinverkostung mit einer traditionellen Schinken-Käse-Platte.

→ <http://www.plantaze.com>

FÜR WINTERSPORTLER

Ein Geheimtipp für Wintersport-Urlauber sind neben dem Skigebiet Savin Kuk die Täler von Kolašin (Kolašin Valleys) in 1.600 Metern Höhe am Fuß der Bjelasica-Bergkette rund 80 Kilometer nördlich von Podgorica mit aktuell mehr als 45 Kilometern Ski-Pisten. Bis zum Winter 2025/26 sollen sie nahezu verdoppelt werden. Aktuell kostet der Ski-Pass nur 25 Euro am Tag. Das Ski-Gebiet 1450 Nest, eine Erweiterung des Ski-Gebiets Kolašin 1450, zieht mit seinem Nachtleben Junge und Junggebliebene an, während sich das neue und Montenegros höchst gelegene Ski-Gebiet K16 Peak an Familien richtet. Erbaut wurden beide nach dem Ski-in/Ski-out-Konzept, was für den direkten Zugang zur Ski-

Piste und einen Abstellraum für Skier steht. Die gute Luft in den Bergen macht Kolašin auch zum Luftkurort. Urlauber finden dort zehn Hotels mit eleganten Apartments, darunter das neueröffnete und erste Ski-Hotel der Kette Swis-sôtel in K16 mit gehobenem Restaurant und Spa-Angeboten sowie luxuriösen Chalets.

→ www.kolasinvalleys.com

HINWEIS ZUM BERICHT

Die Recherchereise für diesen Beitrag wurde unterstützt von der Nationalen Tourismusorganisation von Montenegro. Der Bericht ist unabhängig recherchiert und verfasst worden.



Ilona und Volker Hensel machten aus ihrem Hobby Reisen einen Beruf. Sie bieten mit Geotoura maßgeschneiderte, individuelle Spezialrundreisen in Europa an.



Andalusien, die südlichste Region Festland-Spaniens, mit ihren Kulturschätzen und dem Flamenco ist die „Herzensregion“ von Ilona und Volker Hensel.

Die Reisemanufaktur

Ilona und Volker Hensel wagten das Abenteuer: Sie haben ihr Hobby zum Beruf gemacht und gründeten Geotoura. Die Heidelberger Reisemanufaktur hat sich auf nachhaltige und authentische Individualrundreisen mit hohem Erlebniswert abseits der Touristenströme spezialisiert.

Text Iris Quirin

D

Ilona berichtet von den nicht einfachen Anfängen zu Hause, im Arbeitszimmer unter dem Dach, wo sie in Handarbeit individuelle Kultur- und Studienreisen für Kleingruppen zum authentischen Kennenlernen Andalusiens zusammenstellten, die so in keinem Katalog der Veranstalter zu finden waren. „Wir haben damals genau zwei Reisen angeboten: Andalusien Ost und Andalusien West“, erinnert sich die studierte Touristikerin lachend. „Es macht unwahrscheinlich viel Spaß, solche Reisen zusammenzustellen. Man lernt viel dabei“, berichtet die Heidelbergerin begeistert.

Ihre Art der individuellen Rundreisen mit dem Auto, Zug oder Bus abseits der Touristenströme kam an: Schnell hatten die Gründer Wiederkehrer gewinnen können, die aber auch mal woanders Urlaub machen wollten. So kamen ganz Spanien und Portugal hinzu. Bald schon umfasste das Individualrundreisen-Angebot weitere Sonnenziele voller Kultur und Geschichte, wie die Toskana, Sizilien, Madeira, Kroatien, Montenegro, Albanien oder Griechenland.

Private Reisen der umtriebigen Hensels nach Schottland, Irland und Island haben dann auch ihre Leidenschaft für den Norden Europas entfacht und das Angebots-Sortiment wiederum erweitert. Diese Entwicklung spiegelt sich auch im Umsatz wider: Noch im Vor-Corona-Jahr 2019 hat Geotoura rund 4,3 Millionen Euro erwirtschaftet. Nach einer Steigerung in 2022 und

Das größte Hobby aller Touristiker dürfte wohl das Reisen und die Neugier auf die Länder der Welt und ihre Kulturen sein. So ist es auch bei Ilona und Volker Hensel, den Gründern des Spezialrundreiseveranstalters Geotoura in Heidelberg. Das Ehepaar reiste schon während des Romanistik- und Touristik-Studiums von Ilona und Volkers Führungsposition als Innovationsmanager bei einem Automobilzulieferer gerne. Am liebsten nach Andalusien, die südlichste Region Festland-Spaniens, voller sehenswerter Kulturschätze.

„1992 waren wir das erste Mal dort Freunde besuchen und haben uns extrem in diese Region verliebt“, erinnert sich Ilona Hensel. An einem warmen Sommertag im Jahr 2006 in ihrer „Herzensregion“ kam die Idee: „Wir haben uns überlegt, wie wir unser Hobby zum Beruf machen und reisen können“, erzählt Ilona. Also beschlossen sie, Reisen nach Andalusien anzubieten, die auf die Kundenwünsche eingehen und ihnen ein ganz besonderes Erlebnis bieten sollten.

Fotos: Geotoura Individualreisen // iStock



SPEZIAL-REISE-KATALOG:

Geotoura startete mit genau zwei Regionen: Andalusien Ost und Andalusien West. Auf Wunsch ihrer wiederkehrenden Kunden erweiterten sie ihr Angebot nach und nach.

2023 erwarten sie eine deutliche Steigerung auf über sechs Millionen Euro.

Kompliziertes einfach machen

Was ist das Erfolgsrezept von Geotoura? „Unsere Expertise ist es, komplizierte Sachen einfach zu machen“, erklärt der Innovationsmanager Hensel. Aber leichter gesagt als getan: Auf dem Weg zur Einfachheit hatte das Paar viele Hürden zu überwinden. Eine der größten war die Software, die es so für das Vorhaben der Hensels nicht gab. Also ließen sie eine eigene entwickeln. Wichtige Voraussetzung für ihre maßgeschneiderten Angebote ist, das Zielgebiet und die Infrastruktur gut zu kennen. Dafür ist das Ehepaar jedes Jahr mindestens sechs Wochen unterwegs. Zu ihrem Know-how gehört auch Detailwissen, etwa, welches Zimmer in welchem Hotel neben dem

Aufzug liegt, daher laut ist und den Gästen nicht angeboten wird. Oder welches Hotel sie als gleichwertige Alternative anbieten können, wenn es mit dem gebuchten Probleme geben sollte oder sich etwas an der Reiseroute ändert. Oder zu welcher Zeit sich vor Ort die Passagiere eines Kreuzfahrtschiffs tummeln und man die Kunden zu einer anderen Zeit dorthin schickt. Aber auch, wenn man das Reiseziel und die Hotels kennt, muss alles stets überprüft werden, das gehört zum Qualitätsmanagement von Geotoura dazu. „Es ist schon vorgekommen, dass ein zuvor beschauliches Boutique-Hotel plötzlich Großgruppen aufnahm. Da fühlen sich unsere Gäste nicht wohl“, sagt Volker Hensel.

„Es macht unwahrscheinlich viel Spaß, solche Reisen zusammenzustellen. Man lernt sehr viel dabei.“

Mittlerweile zählt Geotoura 36 engagierte, landeskundige Reiseexperten der Touris-



ZUKUNFTSFÄHIG: Zum 1. Januar 2024 hat sich die Führung bei Geotoura Individualreisen neu aufgestellt. Neben Volker Hensel treten Laura Freire-Moschoviti (rechts) für den Bereich Sales und Operations und Svenja Wezel für den Bereich Finance und Travelmanagement als stellvertretende Geschäftsführerinnen in die Unternehmensleitung ein. Als Gründerin und Senior Quality Manager steht Ilona Hensel der Geschäftsführung unverändert zur Seite.

mus-Branche, so dass die beiden Gründer die Aufgaben verteilen können. Viele der aktuellen Mitarbeiter lernten Geotoura über Praktika während ihres Studiums kennen und engagierten sich dann nach Abschluss der Ausbildung in ausgewählten Destinationsbereichen. Genau nach Kundenwunsch und dessen Interessenschwerpunkt stellen sie die Reisen zusammen – von der Anreise über die Route mit Übernachtungen in handverlesenen Boutique-Hotels mit besonderem Charme bis zu kulinarischen, landestypischen Leckerbissen in ausgewählten Restaurants. Durch Kooperationen vor Ort mit Destination Managern und einem Global Monitoring System sorgt Geotoura dafür, dass die Gäste ihre Reisen sicher genießen können.

Digitalisierung nutzen

Volker Hensels technische Expertise als Innovationsmanager kommt dem Spezialveranstalter abseits der Rundreiseplanung



CÓRDOBA: Die Moschee liegt mitten im historischen Zentrum der Stadt und ist eines der prächtigsten Beispiele der maurischen Baukunst in Spanien. Geotoura-Gäste besuchen die Moschee auf der neuntägigen Rundreise durch die bedeutendsten Kulturstädte Andalusiens.

Fotos: Geotoura Individualreisen // iStock



MIT DEM WANDEL GEHEN: Volker Hensel war vor der Gründung von Geotoura als Innovationsmanager bei einem Automobilzulieferer tätig. Er ist der Analytiker im Gründer-Team und hält das Unternehmen technisch up-to-date.

GUTE KONTAKTE: Ilona Hensel besucht hier den Inhaber einer spanischen Käsemanufaktur auf einem ihrer frühen Erkundungsreisen – immer auf der Suche nach „besonderen Erlebnissen“ für die Geotoura Gäste.



zugute: von der Erstellung des Businessplans über die Einführung von schlanken Prozessen im Unternehmen bis zur optimalen Nutzung der digitalen Möglichkeiten. Wobei Geotoura keinen Chatbot für die Kommunikation mit seinen Kunden einsetzen will: „Da wollen wir doch lieber den persönlichen Kontakt haben mit persönlicher Beratung, Planungs- und Reisebegleitung und den gewohnten Feedback-Gesprächen“, betont er.

Neben individuellen, maßgeschneiderten Reisen und authentischen Erlebnissen im Urlaubsland legen die Gründer großen Wert auf Nachhaltigkeit. So ist Geotoura auch

Mitglied im forum anders reisen, dem Zusammenschluss von Reiseunternehmen für nachhaltigen Tourismus. Seit 2011 wird der Spezialrundreiseveranstalter regelmäßig mit dem TourCert Siegel für Nachhaltigkeit und Unternehmensverantwortung im Tourismus ausgezeichnet. Und am Firmensitz am Palo-Alto-Platz in Heidelberg produzieren die Hensels ihren eigenen grünen Strom mit einer Photovoltaikanlage auf dem Dach. Das ist nicht nur umweltschonend, sondern spart auch Stromkosten.

Den Kundenwünschen auf der Spur
Damit das zum Beruf gewordene Hobby auch wirtschaftlich ist, setzen sich die

Fotos: Geotoura Individualreisen // iStock

Gründer Meilensteine, was sie wann erreichen wollen. Und sie stellen ihr Konzept immer auf den Prüfstand und hinterfragen: „Was macht vom Markt her Sinn? Was wollen die Kunden in Zukunft? Und was müssen wir dann können?“, erklärt der durch seinen Werdegang analytisch denkende Gründer. Dabei geht der Trend zum Slow Travel, zum bewussten Reisen, um Land, Leute, Kultur und Natur zu entdecken, kennenzulernen und zu verstehen. Also passgenau zum Business-Modell von Geotoura.

Damit der Spezialveranstalter auch in Zukunft mit Reisekombinationen und -erlebnissen am Puls der Zeit bleibt, professionalisiert Geotoura seinen bisherigen Innovationsworkshop und entwickelt das Geotoura Reiselabor, in dem nicht nur Kunden ihre Wünsche und Ideen einbringen können, sondern auch forschende Studierende, die für von Geotoura geförderte Bachelor- und Masterarbeiten mit an Bord sind. „Wir haben gerade zwei Bachelorarbeiten abgeschlossen, in denen wir 500 Bestandskunden befragt haben. Das gibt uns die Gewissheit, dass wir an unserer Zielgruppe und ihren Wünschen dranbleiben und es noch Potenzial gibt, in neue Destinationen hineinzugehen“, erklärt Volker Hensel.

Fernreisen, wenn es Kunden wünschen

Die Welt ist groß, es gibt noch viele spannende Länder, Kulturen und Sehenswürdigkeiten zu entdecken. „Im Moment bieten wir noch keine Fernreisen an“, erklärt Ilona Hensel. „Wenn die Gäste das wünschen, werden wir diese mit Sicherheit aufnehmen. Allerdings wollen wir nicht jedes Land anbieten. Wo die politische Lage brisant ist, würde ich nicht nur aus Sicherheitsgründen davon absehen, sondern auch, um solche Länder nicht zu unterstützen“, hat sie eine klare Haltung.

Und Volker Hensel fügt hinzu: „Wir bieten auch keinen Stierkampfbesuch an, und mit uns kann man nicht mit Quads durch die Wüste fahren. Das macht ökologisch keinen Sinn. Da haben wir klare Grenzen!“

→ <https://www.geotoura.com/rundreisen/>



FARBENFROHE FLAMENCO-KLEIDER:

Die schönen Kleider der Flamenco-Tänzerinnen stehen symbolhaft für die andalusische Kultur und Mode.

„Unsere Expertise ist es, komplizierte Sachen einfach zu machen.“

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

REDAKTION
Chefredakteur und presserechtlich verantwortlich: Jean-Marc Göttert
jean-marc.goetttert@trvlcounter.de
Art Direktion: Bruni Davenport
Redaktion: Thomas Grether, Klaus Göddert, Steven Hille, Iris Quirin, Elena Rudolph, Simone Spohr (Frankfurt), Felicia Haslbeck
Lektorat: Iris Quirin
Homepage und Newsletter „morning news“
Klaus Göddert; redaktion@trvlcounter.de

MARKETING & SALES LIFE! VERLAG
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
Mieke Sweep (Hotels):
mieke.sweep@lifeverlag.de
Touristik-Jobs:
jobs@trvlcounter.de
Anzeigendisposition:
Life! Verlag GmbH & Co. KG
Tel. +49-40- 38 90 40-0, anzeigen@lifeverlag.de

VERLAGSLEITUNG
Irena Roth, Herausgeberin

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

Es gilt die Anzeigenpreisliste Nr. 1/2024,
gültig ab dem 01.01.2024.
Mediadaten: trvlcounter.de/mediadaten

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: +49-40-389-040-0

Für unverlangt eingesandte Bilder und
Manuskripte keine Haftung. Alle Angaben
erfolgen nach bestem Wissen, aber ohne
Gewähr. Nachdruck, Aufnahme in Online-
Dienste und Web sowie Vervielfältigung auf
Datenträgern nur nach vorheriger schriftlicher
Zustimmung.

© 2024 Life! Verlag GmbH & Co. KG

DISCOVER

TRVL COUNTER – LIEBLINGE DER REDAKTION



DIE KÜCHE VON AMALFI

In Ihrem Kochbuch präsentiert Ursula Ferrigno 75 authentische Rezepte aus ihrer Heimat mit den besten Zutaten der Region: Auberginen, Feigen, Tomaten, Zitronen, Fisch & Meeresfrüchten, Kalb und Lamm.

Verlag Gerstenberg, 30 Euro

HELLO SUMMER

Der Sommer kommt bestimmt, und wir haben ein paar Lieblingsideen der Redaktion zusammengetragen.

WASSERSPENDER

Der Vakuumeffekt in der doppelwandigen Isolierflasche hält das Wasser viele Stunden kalt. Die Urban-Isolierflasche lässt sich mit einer Hand bedienen, und dank des Klickdeckels kann man von allen Seiten trinken. **Eva Solo 35 Euro**



TISCHLEUCHTE

Binic ist der Name eines kleinen Leuchtturms an der Küste der Bretagne. Das inspirierte Designerin Ionna Vautrin zu diesem verspielten, kleinen Lampenschirm, dessen Form an einen Windsack erinnert.

Foscarini 162 Euro



BLUE LAGOON

Caran d'Ache präsentiert Blue Lagoon, ein exklusives Set aus Kugelschreiber und Minenhalter 849: Beide sind inspiriert von den Pastell-Tönen einer blauen Lagune und betören mit einem magischen Farbverlauf. **47 Euro**

READY FOR SUMMER

Das ist mal ein sommerlicher Hingucker-Overall mit farbkraftigem Blütenprints! Der Jersey-Overall Relaxed wird aus reiner Bio-Baumwolle produziert, der Reißverschluss sitzt im Rücken.

Hess Natur, 150 Euro



BALLERINAS AUS MESH

Mit Netzstoffen und offenen Flechtstrukturen sind die zarten Ballerinas luftige Anwarter für das Highlight des Sommers. Die Einlegesohle ist aus Leder, die genähte Fersenkappe aus Nappaleder.

Massimo Dutti, 189 Euro

Foto: PR; Hersteller



ENDLICH FERNREISEN!

JETZT NEUE FERNDestinationen ENTDECKEN!



NEU!

Unser neues Expedientenportal. Gleich anmelden und ausprobieren!



ALL-YOU-CAN-RELAX.



Türkei ab
59,99*
€



SunExpress
Airlines